

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Pada sebuah penelitian tentu juga memerlukan bahan perbandingan dan sumber acuan dari penelitian terdahulu. Berikut adalah penelitian terdahulu :

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

Judul Penelitian	Fokus Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan & Persamaan
Pengaruh Penerapan Target Costing Dalam Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi Singleface Pada PT.Hilal Gemilang Khair, Dian Setyaning Ayu,Suhendro & Anita Wijaya (2022)	Penelitian ini berfokus pada target costing dan efisiensi biaya produksi	Perusahaan mampu mengendalikan biaya dengan lebih efektif dibandingkan metode yang sebelumnya digunakan. Sebelumnya PT. Hilal Gemilang Khair mencapai biaya secara efisien dicapai sebesar 3,45% melalui nilai harga biaya bahan baku dan bahan penolong. Dengan rekayasa nilai ini, PT. Hilal Gemilang Khair berhasil meningkatkan laba dari 10,25%	Kesamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah keduanya meneliti penerapan target costing. Perbedaannya terletak pada penambahan variabel independen cost-volume-profit dan manajemen persediaan EOQ serta variabel dependen perencanaan laba dalam penelitian yang peneliti lakukan.
Analisis Penerapan Target Costing dan Cost-Volume-Profit Sebagai Alat	Penelitian ini berfokus pada Target Costing dan Cost-Volume-Profit	Penerapan target costing dapat membantu Hotel Sintesa Peninsula dalam mengurangi	Penelitian sebelumnya sama-sama meneliti tentang penerapan target costing dan cost-volume-profit.

<p>Bantu Manajemen Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Perencanaan Laba Saat Low Season Pada Hotel Sintesa Peninsula Manado, Meggy Melita Supit, Hendrik Gamaliel & Sintje Nelly Rondonuwu (2022)</p>		<p>biaya operasional penjualan kamar. Selain itu, dalam perencanaan laba, digunakan metode analisis Cost-Volume-Profit untuk menentukan titik impas, volume penjualan, dan margin of safety yang diperlukan agar tidak mengalami kerugian.</p>	<p>Perbedaannya dengan penelitian yang peneliti lakukan terletak pada penambahan variabel independen, yaitu manajemen persediaan EOQ, serta variabel dependen, yaitu efisiensi biaya produksi.</p>
<p>Penerapan Cost – Volume –Profit (Cvp) Sebagai Dasar Perencanaan Laba Pada Cv. Usaha Bersama Tanjungpinang, Meidi Yanto (2020)</p>	<p>Metode Cost – Volume –Profit (Cvp) Sebagai Dasar Perencanaan Laba</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan volume penjualan berfluktuasi menurun. Sementara itu Biaya yang dikeluarkan setiap tahunnya mengalami peningkatan. contribution margin perusahaan setiap tahunnya menurun. Menyebabkan laba yang diperoleh semakin rendah. analisis BEP menunjukkan perusahaan masih</p>	<p>Persamaan penelitian terdahulu mengenai penerapan metode cost volume profit</p> <p>Perbedaan antara penelitian terdahuludengan penelitian yang peneliti lakukan terdapat penambahan variabel independen yaitu cost volume profit dan dasar perencanaan lsba</p>

		<p>dapat mencapai penjualan di atas BEP, perusahaan masih dapat menghasilkan laba walaupun mengalami penurunan. Margin of safety yang diperoleh terlihat semakin menurun setiap tahunnya. Yang menyebabkan jumlah batas penurunan penjualan perusahaan menjadi semakin kecil</p>	
<p>Evaluasi Peran Target Costing dalam Manajemen Biaya Produksi (Studi Kasus CV GRV Interior), Mappajung Maknun (2023)</p>	<p>Metode Target Costing dalam Manajemen Biaya Produksi</p>	<p>Berdasarkan hasil analisis data harga pokok produksi yang dikeluarkan selama ini atas produk yang diteliti adalah Rp. 8.000.000,- dengan harga jual Rp. 9.680.000,-. Berdasarkan perhitungan peneliti, setelah melakukan simulasi penerapan metode target costing, nilai harga pokok produksi senilai Rp. 740.000,- atau sebesar 9,25%. Pengendalian terhadap penggunaan</p>	<p>Kesamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah keduanya meneliti penerapan target costing. Perbedaannya terletak pada penambahan variabel independen cost-volume-profit dan manajemen persediaan EOQ serta variabel dependen perencanaan laba dalam penelitian yang peneliti lakukan.</p>

		bahan baku berperan penting.	
Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Berdasarkan Metode Economic Order Quantity Guna Meningkatkan Laba, Rahayu Ratna Swary (2021)	Metode Economic Order Quantity Guna Meningkatkan Laba	disimpulkan bahwa biaya kuantitas bahan baku yang dibeli lebih ekonomis dibandingkan dengan menggunakan kebijakan dari perusahaan.	Persamaan penelitian terdahulu mengenai penerapan metode economic order quantity Perbedaan antara penelitian terdahuludengan penelitian yang peneliti lakukan terdapat penambahan variabel independen yaitu target costing dan cost-volume-profit dan variabel dependen efiseinsi biaya produksi

Sumber: *Meidi Yanto (2020), Rahayu Ratna Swary (2021), Meggy Melita Supit, Hendrik Gamaliel & Sintje Nelly Rondonuwu (2022), Dian Setyaning Ayu, Suhendro & Anita Wijaya (2022), Maknun (2023)*

2.2. Tinjauan Teori

2.2.1. Akutansi Manajemen

Setiap badan usaha mempunyai tujuan dan sasaran yang ingin dicapai. Untuk mengetahui apakah tujuan dan sasaran tersebut telah tercapai, seorang manajer membutuhkan informasi. Informasi yang dibutuhkan terdiri dari data yang telah dikumpulkan, diproses atau dengan kata lain data tersebut telah digunakan untuk menghasilkan

informasi yang mempunyai tujuan, alasan tertentu atau sebagai dasar membuat perkiraan atau pengambilan keputusan.

Bodnar dan Hopwood (2020) menyebutkan bahwa informasi akuntansi dapat bermanfaat bagi pengambilan keputusan jika informasi tersebut akurat, tepat, tersedia dengan cepat sesuai kebutuhan dan relevan. Kebutuhan informasi akuntansi yang mendukung pihak manajemen untuk menghasilkan keputusan manajerial diperlukan dalam lingkungan operasional manajemen yang semakin kompleks. Seringkali laporan keuangan tidak memenuhi berbagai informasi manajerial karena keterbatasannya. Pada kondisi demikian, akuntansi manajemen penting bagi manajer untuk membuat keputusan yang tepat.

Mulyadi (2021: 14-15) menyatakan informasi akuntansi manajemen diperlukan oleh manajemen untuk melaksanakan dua fungsi pokok manajemen: perencanaan dan pengendalian aktivitas perusahaan. Informasi akuntansi manajemen ini dihasilkan oleh sistem pengolahan informasi keuangan yang disebut akuntansi manajemen. Informasi akuntansi manajemen ini disajikan kepada manajemen perusahaan dalam berbagai laporan keuangan seperti anggaran, laporan penjualan, laporan biaya produksi, laporan biaya menurut pusat pertanggungjawaban dan laporan biaya menurut aktivitas, laporan biaya mutu (*quality cost report*), laporan biaya daur hidup produk (*product-life cycle costs*), biaya penambah dan bukan

penambah nilai (*value- and non- value-added costs*), dan laporan biaya pemasaran.

Informasi akuntansi manajemen dibutuhkan oleh manajemen berbagai jenjang organisasi, untuk menyusun rencana aktivitas perusahaan di masa yang akan datang. Kegiatan perencanaan meliputi pengambilan keputusan pemilihan alternatif tindakan dari berbagai alternatif yang mungkin dilaksanakan di masa yang akan datang. Informasi akuntansi manajemen sangat bermanfaat bagi manajemen terutama pada tahap analisis konsekuensi setiap alternatif tindakan yang mungkin dalam proses pengambilan keputusan tersebut. Hal ini memungkinkan manajemen melakukan pengambilan keputusan untuk memilih alternatif tindakan yang dipertimbangkan.

Informasi akuntansi manajemen dapat dihubungkan dengan tiga hal : objek informasi, alternatif yang akan dipilih, dan wewenang manajer. Jika informasi akuntansi manajemen dihubungkan dengan objek informasi, seperti produk, departemen, atau aktivitas, maka akan dihasilkan konsep informasi akuntansi penuh. Jika informasi akuntansi manajemen dihubungkan dengan alternatif yang akan dipilih, maka akan dihasilkan konsep informasi akuntansi diferensial, yang sangat diperlukan oleh manajemen dalam pengambilan keputusan pemilihan alternatif. Jika informasi akuntansi manajemen dihubungkan dengan wewenang yang dimiliki oleh manajer, dihasilkan konsep informasi

akuntansi pertanggungjawaban yang terutama bermanfaat untuk mempengaruhi perilaku manusia dalam organisasi.

Akuntansi manajemen adalah suatu kegiatan (proses) yang informasi keuangan bagi manajemen untuk pengambilan keputusan ekonomi dalam melaksanakan fungsi manajemen (Indriani, 2018 : 2). Akuntansi manajemen merupakan akuntansi yang menyediakan data dan informasi untuk pihak internal khususnya manajer di semua level dalam satu organisasi. Akuntansi manajemen mampu merangkum data yang beragam dari berbagai fungsi organisasi menjadi satu laporan yang dapat di pahami oleh semua pihak yang berkepentingan. Dengan demikian, agar fungsi akuntansi manajemen ini optimal maka diperlukan sistem dan prosedur formal dalam aktivitas perencanaan, pengendalian, dan penilaian kinerja. Kualitas data dan informasi yang dihasilkan menentukan kualitas keputusan yang diambil oleh manajemen (Suripto dkk, 2022).

Bruns dan MvKinnon (2020: 2-3) menyatakan pentingnya informasi akuntansi dalam badan usaha. Disebutkan bahwa proses manajemen membutuhkan informasi akuntansi yang merupakan sistem terpenting dalam organisasi apapun. Pemahaman menyeluruh mengenai informasi akuntansi oleh manajer sangat diperlukan dalam menjalankan peran organisasinya. Manajer harus mempelajari konsep dasar akuntansi dan belajar menggunakan informasi akuntansi agar mampu melakukan pengelolaan. Meskipun informasi akuntansi

manajemen hanya merupakan sebagian kecil dari laporan-laporan yang diterima oleh manajer, secara manajerial, terdapat tiga keputusan pokok yang dapat dibantu oleh informasi akuntansi manajemen, yaitu:

1. *Cost Accumulation dan Product Costing*

Keputusan bisnis tentang berapa banyak biaya yang ditetapkan memerlukan seluruh informasi akuntansi. Dalam menentukan biaya, perusahaan terlebih dahulu menghitung biaya produk dan menambahkan keuntungan yang diperlukan untuk menentukan biaya. Bisnis yang mengandalkan persediaan harian harus menetapkan biaya pengiriman yang sesuai.

2. *Managerial Decision Making*

Pengetahuan manajemen akuntansi diperlukan untuk mengetahui keberadaan suatu perusahaan untuk pengelolaan periode. akun yang sesuai, yaitu untuk setiap variabel. Contoh penerapannya adalah keputusan untuk membuat atau membeli suku cadang yang digunakan dalam produksi (membuat atau membeli), keputusan untuk melanjutkan atau menghentikan suatu jalur produksi (mempertahankan atau mengurangi), memutuskan untuk menjual atau memproses (menjual atau memproses), berbeda. Manajemen harus meninjau keputusan sebelumnya terkait produksi.

3. *Planning and Control*

Perusahaan yang mengambil keputusan tentang perencanaan dan pengelolaan energi terdistribusi harus memiliki informasi akuntansi

manajemen. Informasi yang digunakan adalah akuntansi yang bertanggung jawab, yang mencakup keputusan terkait pengelolaan keuangan, dan pengambilan keputusan investasi modal, seperti pemilihan aset jangka panjang dengan menggunakan kriteria tertentu. Proses ini disebut pembiayaan ekuitas. Keputusan investasi yang buruk dapat mengakibatkan kerugian besar.

2.2.2. Target Costing

Target costing adalah strategi perkembangan biaya dan laba yang pesat di Jepang zaman 1960-an. Konsep ini bertujuan untuk mencapai laba yang diinginkan di masa depan (Deviesa, 2019). Metode *Target Costing* menetapkan biaya produksi berdasarkan perbandingan harga pasar untuk mencapai target laba perusahaan (Rudianto, 2013). Metode ini mengacu pada penetapan target biaya sebagai batas atas dalam menghasilkan produk baru (Deviesa, 2019).

biaya produksi bertujuan untuk melalui desain produk yang dapat memuaskan konsumen, fokus pada tahap produksi bukan pada proses produksi. Hal ini menunjukkan pentingnya pengendalian manajemen akuntansi dalam mendukung tujuan strategis perusahaan dan pengukuran kinerja di seluruh rantai nilai (Mulyadi, 2019).

Menurut Rudianto (2020), *Target Costing* merupakan penetapan biaya produk terlebih dahulu, diikuti dengan penetapan harga jual kepada konsumen. Metode *target costing* menggunakan

biaya sebagai variabel independen, yang ditentukan dari harga target dikurangi laba target. Perumusan target costing adalah sebagai berikut:

$$\text{Target Costing} = \text{Harga Jual} - \text{Laba Yang Diharapkan}$$

Keterangan :

Harga Jual : Harga yang ditentukan di pasar

Laba Yang Diharapkan : Harga Yang Kompetitif

Target costing adalah sistem di mana penentuan harga pokok produk disesuaikan dengan target yang diinginkan, yang menjadi dasar penetapan harga jual produk untuk mencapai laba yang diharapkan. Alternatifnya, penentuan harga pokok dapat disesuaikan dengan harga jual yang dapat diterima oleh pelanggan.

2.2.2.1. Manfaat Target Costing

Target costing memiliki beberapa manfaat utama:

1. Meningkatkan kepuasan pelanggan dengan fokus pada nilai-nilai yang diinginkan oleh konsumen dalam desain produk.
2. efektif dalam mengoptimalkan pengurangan biaya desain dan sumber daya
3. menetapkan target biaya yang sesuai sejak awal.
4. Mempercepat waktu pengembangan produk dengan meningkatkan koordinasi

5. Keseluruhan meningkatkan kualitas prodeuk dengan memperhatikan isu-isu manufaktur penting sejak tahap desain awal.

2.2.2.2. Karakteristik Target Costing

Beberapa karakteristik target costing sebagai berikut :

1. Pengurangan biaya menggunakan target costing dimulai dari riset pasar yang memiliki dua tujuan yaitu memahami kebutuhan konsumen dan melakukan riset harga kompetitif produk yang ada di pasar (berapa harga yang mau dibayar oleh konsumen atau harga produk yang milik kompetitor). Proses awal ini sering disebut market driven costing.
2. Dari sistem target costing yaitu penentuan awal target profit margin selama perencanaan produk pada masa depan. Evaeret (2019) menjelaskan bahwa target profit total untuk produk dimasa depan dapat berasal dari rencana laba jangka menengah dan data tersebut dapat diperoleh dari data bisnis strategi selama 3-5 tahun.
3. Dari target costing yaitu bahwa target biaya diatur pada awal pemrosesan pengembangan produk baru, sebelum didesain dan pengembangan benarbenar mulai. Keputusan tingkat yang sesuai dari terget biaya untuk produk baru memerlukan beberapa pertimbangan.

4. Target costing dibagi menjadi target costing untuk fungsi-fungsi, perakitan, bagian, supplier, dan desain. Dalam karakteristik ini ada dua metode alokasi yaitu alokasi berorientasi fungsi dan alokasi komponen.
5. Implementasi target costing membutuhkan kerjasama multidisiplin dari individu yang berbeda untuk kerjasama. Kerjasama multidisipliner sangat penting, karena pengurangan biaya yang berhasil harus menyeimbangkan semua pengembangan produk baru tujuan seperti biaya, kualitas dan masalah fungsional.
6. Adanya informasi biaya yang rinci mendukung proses pengurangan biaya. Untuk melihat dampak dari desain pada biaya yang memantau proses pengurangan biaya maka desain harus memperkirakan biaya produk untuk masa depan selama proses pengembangan.
7. Target costing melibatkan perbandingan-perbandingan drifting costing dari produk masa depan dengan target costing dalam tahap berbeda pengembangan di produk baru.
8. Target costing tidak dapat ditingkatkan. Karakteristik ini diterapkan dengan disiplin oleh perusahaan di Jepang. Tiga hal yang menyebabkan target cost tidak bisa ditingkatkan yaitu kapanpun biaya meningkat selama

proses pengembangan produk baru maka harus ada penurunan biaya ditahap yang lain dengan penjumlahan total yang sama. Kedua, mengeluarkan produk dengan biaya diatas target tidak diperbolehkan, hanya produk yang mampu mendatangkan keuntungan yang dilempar ke pasar. Ketiga, proses produksi dikelola dengan teliti untuk memastikan bahwa target costing tercapai.

2.2.2.3. Tujuan Target Costing

Berdasarkan beberapa teori, maka dapat disimpulkan target costing mempunyai tujuan yaitu :

1. Untuk mengurangi biaya produk agar tingkat keuntungan yang dikehendaki dapat dicapai.
2. Untuk memotivasi seluruh karyawan perusahaan agar memperoleh laba target pada saat pengembangan produk, dengan menjalankan metode target costing diseluruh aktivitas perusahaan.

2.2.3. Cost-Volume-Profit

Analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP) adalah alat penting bagi manajer dalam memahami biaya, volume penjualan, dan laba perusahaan. *Cost-Volume-Profit* digunakan untuk mengevaluasi dampak keputusan operasional dan penjualan terhadap laba perusahaan, dengan mempertimbangkan biaya variabel, biaya tetap, harga jual per unit, dan tingkat produksi (Blocher, 2019).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *Cost-Volume-Profit* membantu memperkirakan merencanakan laba, titik impas, volume penjualan yang diperlukan, dan margin of safety untuk menghindari kerugian (Lestari & Permana, 2017). Alat ini juga digunakan untuk menghubungkan lima penyebab adalah harga produk, volume produksi, biaya variabel per unit, total biaya tetap, dan bauran produk yang dijual (Carter, 2019; Hansen & Mowen, 2019).

Menurut (Siregar,2018) berpendapat bahwa analisis *Cost-Volume-Profit* merupakan sebuah perangkat yang menunjang manajemen perusahaan dalam upaya merancang dan menentukan sebuah keputusan manajemen keuangan.

Cost-Volume-Profit memberikan manfaat penting, seperti menentukan jumlah unit yang perlu dijual untuk mencapai titik impas, mengukur dampak perubahan biaya tetap terhadap titik impas, dan menganalisis efek kenaikan harga terhadap laba (Yulistia, 2020). Selain itu, analisis ini membantu manajemen untuk memahami sensitivitas harga dan biaya terhadap laba perusahaan (Datar & Rajan, 2018).

Kesimpulannya, analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP) adalah alat vital bagi manajer dalam mengelola biaya, volume penjualan, dan laba perusahaan. CVP membantu perusahaan dalam merencanakan laba, mengevaluasi keputusan operasional, dan mengidentifikasi margin of safety untuk menghindari kerugian. Dengan memahami dampak

perubahan harga dan biaya, perusahaan dapat menyesuaikan strategi operasionalnya untuk mencapai target laba yang diinginkan secara efektif.. Adapun rumus yang mendasari CVP adalah sebagai berikut:

$$\text{Laba} = \text{Total Penjualan} - (\text{Total Biaya Variabel} + \text{Total Biaya Tetap})$$

Atau dapat menggunakan

$$\text{Total Penjualan} = \text{Total Biaya Variabel} + \text{Total Biaya Tetap} + \text{Laba}$$

Dari kesimpulan persamaan tersebut, dapat ditarik penjelasan bahwa total penjualan setara dengan harga jual (P) dikalikan dengan jumlah barang yang terjual (Q). Total biaya variabel juga setara dengan biaya variabel per unit (C) dikalikan dengan jumlah barang yang terjual (Q). Dengan demikian, dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$P \times Q = (C \times Q) + F + \pi$$

Keterangan :

P = Harga Jual

Q = Barang Yang Dijual

C = Biaya Variabel Per Unit

F = Total Penjualan

Dengan hal itu dapat dilakukan analisis *Cost-Volume-Profit* sebagai berikut:

1. Contribution margin

Menurut Garrison dkk, (2020:328) Contribution Margin adalah selisih antara total pendapatan dari penjualan dengan total biaya variabel pada tingkat kegiatan tertentu. Selisih ini digunakan untuk menutup biaya tetap perusahaan, sementara sisanya merupakan

laba yang dihasilkan. Dengan kata lain, Contribution Margin (CM) Menurut Bustami dan Nurlela (2019:134),

Dalam analisis biaya-volume-laba, Contribution Margin memiliki peran kunci karena mempengaruhi titik impas perusahaan. Jika Contribution Margin tinggi, titik impas akan rendah, yang berarti perusahaan dapat mencapai laba lebih cepat. Sebaliknya, *Contribution Margin* yang rendah akan mengakibatkan titik impas yang tinggi, yang dapat menghambat perolehan laba perusahaan. Untuk menentukan Rasio Margin Kontribusi menurut Garrison dkk (2019) dapat di hitung dengan rumus :

$$\text{Contribution Margin} = \text{Penjualan} - \text{Biaya Variabel}$$

2. Contribution Margin Ratio

Contribution Margin Ratio, seperti yang dijelaskan oleh Garrison (2019), adalah persentase dari *Contribution Margin* dibandingkan dengan total penjualan. Ratio ini digunakan untuk mengukur dampak perubahan dalam margin kontribusi terhadap laba operasional bersih sebagai akibat dari perubahan volume penjualan. Rumus perhitungan *Contribution Margin Ratio* adalah sebagai berikut:

$$\text{Contribution Margin Ratio} = \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Penjualan}}$$

3. Break Even Point

Menurut (Widyastuti et al., 2020) Analisis *Break-Event-Point* (Analisis Titik Impas) adalah volume penjualan dimana suatu

jumlah pendapatan dan jumlah bebannya sama, tidak ada laba ataupun rugi. Analisis titik impas ini digunakan dalam menentukan tingkat penjualan yang diperlukan agar semua biaya yang dikeluarkan dalam satu periode tersebut dapat tertutupi. Analisis titik impas bertujuan untuk menentukan 'titikimpas' atau kondisi di mana sejumlah unit produk atau volume jasa harus dijual sehingga suatu usaha tidak mengalami kerugian walau juga belum memperoleh keuntungan.

Rumus Break Event Point (BEP):

$$BEP (Rp) = \frac{FC}{1 - VC/S}$$

Keterangan :

FC = Biaya Tetap

VC = Biaya Variabel

S = Volume penjualan

2.2.3.1. Asumsi-Asumsi yang mendasari *Analisis Cost-Volume-Profit*

Berdasarkan pemahaman (Widyastuti et al., 2020;66) *Analisis Cost-Volume-Profit* memiliki asumsi-asumsi dalam penggunaannya antara lain :

1. Semua biaya dapat digolongkan sebagai biaya variabel (berubah-ubah) ataupun biaya tetap
2. Fungsi jumlah biaya adalah lineardalam kisaran relevan
3. Fungsi jumlah pendapatan adalah linier dalam kisaran

relevan

4. Analisis untuk sebuah produksi atau akumulasi penjualan dari berbagai produk, dianggap konsisten atau statis dalam kisaran relevan
5. Satu-satunya factor yang memicu biaya adalah volume unit produk atau nilai penjualan rupiah

2.2.3.2. Manfaat Analisis Cost-Volume-Profit

Terdapat begitu banyak kegunaan dari metode *analisis Cost-Volume-Profit* yang di antaranya adalah sebagai berikut (Bustami et al.,2013:105)

1. Tahu akan beberapa batas penjualan minimum yang harus selalu dipenuhi perusahaan tidak rugi
2. Tahu akan beberapa target penjualan yang harus dicapai dalam setiap periodenya untuk mencapai target laba yang ditetapkan sebelumnya.
3. Tahu akan sejauh mana penurunan volume penjualan dapat dimaklumi agar dapat mencegah kerugian.

2.2.4. Economic Order Quantity

Economic Order Quantity (EOQ) adalah konsep yang digunakan perusahaan untuk mengurangi biaya pengeluaran pada saat melakukan pembelian bahan baku dengan biaya yang minimal (Sujarweni, 2017). *Economic Order Quantity* mengacu pada jumlah pesanan yang meminimalkan biaya persediaan yang harus dipenuhi agar persediaan

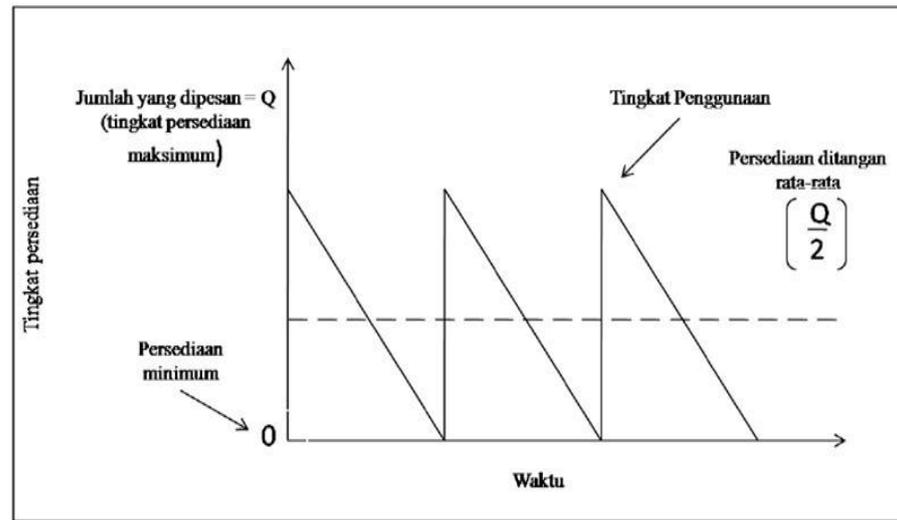
tetap cukup (Sudana, 2015). Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa *Economic Order Quantity* efektif dalam mengurangi total biaya persediaan, yang pada gilirannya meningkatkan laba perusahaan.

Menurut (Erwin Syahputra,2021) menyatakan bahwa *Economic Order Quantity* (EOQ) merupakan nilai kuantita produk yang didapatkan perusahaan dengan biaya minimal, yang dalam kata lain disebut juga dengan jumlah pembelian yang optimal.

Implementasi *Economic Order Quantity* juga membantu perusahaan mengurangi biaya penyimpanan, menghemat ruang gudang, dan mengurangi risiko akibat persediaan berlebihan di gudang (Puspika, 2013).

Perusahaan yang belum menerapkan *Economic Order Quantity* dan Reorder Point (ROP) untuk pengadaan bahan baku utama mengalami ketidakstabilan dalam persediaan, terkadang mengalami penumpukan berlebihan dan terkadang mengalami kekurangan. Dari asumsi-asumsi tersebut, *Economic Order Quantity* menggambarkan grafik penggunaan persediaan dalam waktu tertentu dengan pola yang menyerupai gigi gergaji, di mana tingkat persediaan melompat dari 0 ke jumlah Q unit saat pesanan tiba.

Gambar 2. 1 Penggunaan Persediaan Dalam Waktu Tertentu



Sumber : Heizer dan Render (2015)

Sifat pertama menekankan bahwa dengan jumlah pemesanan yang besar, biaya pemesanan menjadi rendah tetapi biaya penyimpanan menjadi tinggi. Sifat kedua adalah kebalikannya, di mana pemesanan dalam jumlah kecil mengurangi biaya penyimpanan namun meningkatkan biaya pemesanan. Dengan mempertimbangkan kedua sifat ini, pemesanan yang paling ekonomis terletak di antara dua batasan, yaitu meminimalkan biaya pemesanan dan biaya penyimpanan dalam satu periode. Besar untuk mencari titik keseimbangan inilah maka digunakan rumus *Economic Order Quantity* :

$$\text{Economic Order Quantity} = \frac{\sqrt{2DS}}{H}$$

Keterangan :

EOQ: Kuantitas yang dipesan

D :Permintaan Tahunan Dalam Unit

S : Biaya Pemesanan

H :Biaya Penyimpanan Per Unit

2.2.4.1. Karakteristik Economic Order Quantity

Menurut (Sujarweni,2017) Karakteristik *Economic Order Quantity* (EOQ) diantaranya adalah :

1. jumlah barang yang dipesan selalu konstan setiap kalinya.
2. Permintaan konsumen, biaya pemesanan, biaya transportasi, dan waktu pengiriman barang kepada konsumenbisa langsung diketahui
3. Harga barang tidak pernah berubah per unitnya dan tidak akan dipengaruhi oleh jumlah barang yang dipesan
4. Persediaan barang sudah dapat terjamin sehingga tidak ada kekurangan barang yang menyebabkan kesalahan perhitungan dalam pemesanan.

2.2.5. Efisiensi Biaya Produksi

2.2.5.1. Pengertian Efisiensi Biaya Produksi

Biaya dalam suatu perusahaan merupakan suatu komponen yang sangat penting dalam menunjang pelaksanaan kegiatan dalam usaha mencapai tujuan. Tujuan itu dapat tercapai apabila biaya yang dikeluarkan sebagai bentuk suatu pengorbanan oleh perusahaan yang bersangkutan telah diperhitungkan secara tepat. Dalam menentukan apakah suatu

pengorbanan merupakan biaya atau tidak, oleh karena itu banyak teori yang dikembangkan oleh para ahli mengenai biaya sesuai dengan kondisi yang ada. Untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai biaya, dibawah ini akan penulis kemukakan beberapa pengertian biaya sebagai berikut: Mulyadi (2016:8) mengatakan bahwa “Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu” Dadan Ramdani (2020:03) mengatakan bahwa “Biaya merupakan biaya pengorbanan sumber ekonomis yang terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu”.

Biaya produksi adalah faktor krusial yang perlu dipertimbangkan oleh perusahaan ketika memproduksi barang. Hal ini karena setiap perusahaan pasti ingin mendapatkan keuntungan maksimal dari setiap proses produksinya. Oleh sebab itu, memahami biaya produksi sangat penting agar perusahaan dapat mengestimasi pengeluaran yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk. Menurut Rizky (2014), biaya produksi merupakan pengeluaran biaya bahan baku untuk dijadikan menjadi produk yang akan di jual di kalangan masyarakat konseumen pengeluaran ini merupakan pengeluaran yang diperlukan dalam sebuah proses perusahaan

agar dapat menghasilkan produk yang bagus dan berguna serta jasa yang masyarakat manfaatkan.

Menurut Mulyadi (2018:14) “Biaya produksi adalah biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.” Secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead. Sedangkan menurut Nursanty dkk (2022:20) mendefinisikan bahwa “Biaya produksi adalah biaya yang digunakan untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.”

Biaya produksi adalah biaya untuk melakukan pengolahan bahan baku menjadi bahan jadi yang siap dijual yang berhubungan dengan proses produksi. Biaya produksi ini terbagi menjadi biaya bahan baku, tenaga kerja dan overhead pabrik (Mulyadi, 2012). Biaya bahan baku meliputi semua biaya bahan pembentuk suatu produk seperti tepung untuk pembuatan kue. Biaya tenaga ditentukan berdasarkan waktu kerja dan akomodasi pemasaran. Biaya overhead meliputi semua biaya yang tidak dapat terukur seperti biaya manufaktur (Rony, 2004).

Menurut Carter dan Usry (2009:58) menjelaskan bahwa “biaya produksi adalah sebagai jumlah dari tiga elemen biaya yaitu: bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya

overhead pabrik. Menurut Carter dan Usry (2009:58) menjelaskan bahwa “biaya produksi adalah sebagai jumlah dari tiga elemen biaya yaitu: bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

Biaya produksi merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan dalam melakukan produksi. Hal ini dikarenakan setiap perusahaan pasti ingin mendapatkan keuntungan yang besar dalam setiap usaha produksinya. Oleh karena itu, perlu dipahami tentang biaya produksi agar suatu perusahaan dapat menghitung biaya-biaya yang akan dikeluarkan untuk menghasilkan output barang.

Faktor biaya produksi dalam proses memproduksi pembuatan suatu produk olahan. Dalam kegiatan usaha, biaya produksi diukur berdasarkan jumlah barang yang diproduksi dan siap untuk dijual. Biaya pembuatan seringkali dikenal sebagai biaya produksi. Dengan demikian, menurut pengertian ini, biaya produksi meliputi semua biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang sampai barang tersebut dapat dijual di pasar atau diterima oleh konsumen.

Menurut (Sutawijaya & kurniawan, 2020) ada beberapa dimensi pengukuran efisiensi adalah efisiensi biaya (cost efficiency). Efisiensi waktu dan efisiensi tenaga kerja. Berikut ini pengukuran masing-masing efisiensi :

Tabel 2. 2 Jenis Pengukuran Efisiensi Produksi

Pengukuran Efisiensi	Rumus	Kreteria
Efisiensi Biaya	Output yang dihasilkan dibandingkan dengan output kegiatan yang sama di perusahaan	Semakin tinggi output yang dihasilkan oleh aktivitas tertentu dengan penggunaan dana dengan jumlah yang sama dengan kegiatan uang sama di perusahaan. Maka kegiatan tersebut adalah efisien.
Efisiensi Waktu	Perbandingan antara waktu yang benar-benar digunakan dengan anggaran waktu yang ditetapkan.	Apabila waktu yang digunakan untuk melakukan kegiatan lebih cepat dari pada waktu yang direncanakan maka kegiatan tersebut efisien.
Efisiensi Tenaga Kerja	Perbandingan antara jumlah tenaga kerja yang dimanfaatkan dengan tenaga kerja di unit kerja lainnya yang mengusahakan proses yang serupa	Semakin tinggi output yang dihasilkan oleh aktivitas produksi dengan menggunakan tenaga kerja dengan jumlah yang sama dengan aktivitas di unit kerja lain.maka aktivitas tersebut efisien.

Sumber: (Sutarwijaya & Kurniawan,2020)

2.2.5.2. Unsur-Unsur Biaya Produksi

Unsur-unsur harga pokok produksi adalah biaya bahan baku langsung, upah langsung dan biaya tidak langsung pabrik atau biaya overhead pabrik. Biaya bahan baku langsung dan

upah langsung digabungkan dalam kelompok biaya utama (prime cost). Upah langsung dan overhead pabrik digabung dalam kelompok biaya konversi (conversion cost), yang mencerminkan biaya perubahan bahan baku langsung menjadi barang jadi. Berikut ini adalah unsur-unsur biaya produksi:

1. Biaya Bahan Baku

Bahan baku adalah bahan yang menjadi bagian utama dan dapat diidentifikasi secara langsung pada produk jadi. Bahan baku langsung merupakan keseluruhan bahan baku yang diolah menjadi barang jadi dan dapat ditetapkan langsung pada harga pokok dari barang jadi. Biaya bahan baku langsung ini biasanya dianggap sebagai biaya variabel, yaitu biaya yang bergerak secara proporsional sesuai dengan perubahan volume kegiatan. Secara teoritis, biaya bahan baku langsung terdiri dari harga pokok pembelian bahan baku langsung ditambah semua biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh dan menyiapkannya untuk memasuki proses produksi, misalnya biaya pengangkutan, biaya bongkar muat, biaya gudang dan biaya asuransi. Bahan baku tidak langsung disebut juga biaya bahan penolong, yaitu bahan baku yang jumlahnya relatif kecil

untuk menghasilkan produk. Walaupun penggunaan bahan ini relatif kecil tetapi merupakan bagian dari barang jadi.

2. Biaya Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja pada fungsi produksi diklasifikasikan atas biaya tenaga kerja langsung dan biaya tenaga kerja tidak langsung. Biaya tenaga kerja langsung adalah jumlah upah yang dibayarkan kepada tenaga kerja yang secara langsung menangani pengolahan bahan baku menjadi produk jadi, sedangkan biaya tenaga kerja tidak langsung adalah jumlah gaji yang dibayarkan kepada tenaga kerja yang secara tidak langsung menangani pengolahan bahan. Menurut Raybur (2008:32), “biaya tenaga kerja langsung adalah upah yang diperoleh pekerja yang mengubah bahan dari keadaan mentah menjadi produk jadi.” Menurut Carter (2009 : 40), “biaya tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang melakukan konversi bahan baku langsung menjadi produk jadi dan dapat dibebankan secara layak ke produk tertentu.” Dalam perusahaan manufaktur yang sangat terotomatisasi, ada dua masalah yang sering muncul ketika usaha untuk mengidentifikasi tenaga kerja langsung sebagai elemen biaya yang terpisah dilakukan. Pertama, pekerja yang sama melakukan berbagai tugas. Mereka dapat bergantian mengerjakan tugas tenaga kerja, kemudian tugas

tenaga kerja tidak langsung secara cepat dan bergantian sehingga tenaga kerja langsung dan tidak langsung menjadi sangat sulit dan bahkan tidak mungkin dipisahkan. Kedua, tenaga kerja langsung mungkin merupakan bagian yang tidak signifikan dari total biaya produksi, membuat hal tersebut menjadi sulit mengidentifikasi biaya tenaga kerja langsung sebagai elemen terpisah. Pada umumnya biaya tenaga kerja langsung terdiri dari:

- a. Gaji pokok, yaitu upah yang harus dibayarkan kepada setiap buruh sesuai dengan kontrak kerja, yang dapat dibayar secara harian, mingguan atau bulanan.
- b. Upah lembur, yaitu upah tambahan yang diberikan kepada pekerja yang melaksanakan pekerjaan melebihi jam kerja yang ditentukan. Upah lembur diberikan kepada pekerja dikarenakan adanya kelebihan jam kerja yang telah ditentukan oleh pemerintah. Jam kerja normal yang telah ditetapkan adalah 40 jam kerja per minggu. Untuk itu atas kelebihan itu perusahaan harus memberikan kompensasi.

3. Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik merupakan biaya bahan tidak langsung, pekerja tidak langsung dan semua biaya pabrikasi lainnya tidak dapat dibebankan langsung ke pabrik tertentu.

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa biaya overhead adalah keseluruhan biaya yang terjadi pada departemen produksi selain biaya bahan langsung dan biaya tenaga kerja langsung. Adapun yang termasuk biaya tidak langsung ialah:

- a. Biaya bahan penolong
Biaya bahan penolong bahan yang bersifat sebagai bahan pembantu untuk proses pembuatan barang jadi, nilainya relatif kecil dibanding biaya produksi.
- b. Biaya tenaga kerja tidak langsung
Biaya tenaga kerja tidak langsung adalah biaya yang menangani produksi secara tidak langsung dan tidak dapat diidentifikasi dengan produk selesai. Biaya ini tidak dikeluarkan secara langsung dalam produksi barang atau jasa tertentu
- c. Biaya reparasi dan pemeliharaan
Biaya reparasi dan pemeliharaan adalah biaya yang dikeluarkan dalam rangka untuk menjaga bangunan pabrik dan mesin-mesin agar selalu siap untuk digunakan dalam proses produksi. Contoh biaya ini adalah suku cadang, pelumas, dan perlengkapan pabrik lainnya untuk menjaga pabrik dan peralatannya agar dalam kondisi siap pakai

- d. Biaya yang timbul sebagai akibat berlalunya waktu
- Biaya yang timbul sebagai akibat berlalunya waktu adalah biaya yang diperhitungkan pada akhir periode. Biaya yang memerlukan pengeluaran tunai lainnya
- Biaya overhead pabrik yang masuk dalam biaya ini ialah biaya listrik, biaya air dan biaya telepon. Secara umum biaya overhead dibedakan atas:
- a. Biaya overhead tetap yaitu biaya overhead pabrik yang jumlahnya tetap walaupun volume produksinya bervariasi.
 - b. Biaya overhead variabel yaitu biaya overhead pabrik yang jumlahnya berubah secara proporsional sesuai dengan perubahan volume produksi.
- 4.** Dari beberapa jenis dan sifat biaya overhead di atas akan menambah kesulitan dalam pengalokasian pembebanan biaya overhead yang sebenarnya adalah pada proses produksi. Oleh karena itu, untuk menetapkan harga pokok produksi yang tepat perlu ditentukan suatu sistem pembebanan biaya overhead yang ditetapkan di muka, sehingga kesulitan di atas dapat diatasi . Biaya overhead yang diterapkan di muka itu dibebankan kepada

proses produksi secara tepat dengan dihitung secara taksiran yang disebut dengan applied overhead.

2.2.5.3. Harga Pokok Produksi

Harga Pokok Produksi adalah unsur yang harus tercatat di dalam sebuah laporan keuangan termasuk dalam laporan keuangan pada usaha makanan pinggir jalan sekalipun. Karena di dalamnya terdapat berbagai macam daftar biaya yang bisa menjadi tolok ukur penjualan produk tersebut dan juga bisa dijadikan sebagai acuan agar mengetahui antara modal yang dikeluarkan dengan pendapatan yang diperoleh nantinya.

Hal tersebut bisa menjadi penentuan target penjualan agar dapat menjual produk makanan yang melebihi target, sehingga meminimalisir kerugian dan bisa balik modal dengan cepat Menurut Islahuzzaman (169 : 2012) Harga pokok produksi adalah biaya manufaktur yang berkaitan dengan barang-barang yang diselesaikan dalam periode tertentu. Menurut Supriyono (2013), yang menyatakan kalau harga pokok produksi merupakan jumlah uang yang akan dibayarkan dalam rangka untuk memiliki produk atau jasa yang diperlukan perusahaan sebagai sarana untuk menghasilkan keuntungan.

Menurut Mulyadi (2016) mengungkapkan bahwa harga pokok produksi atau yang sering disebut harga pokok adalah

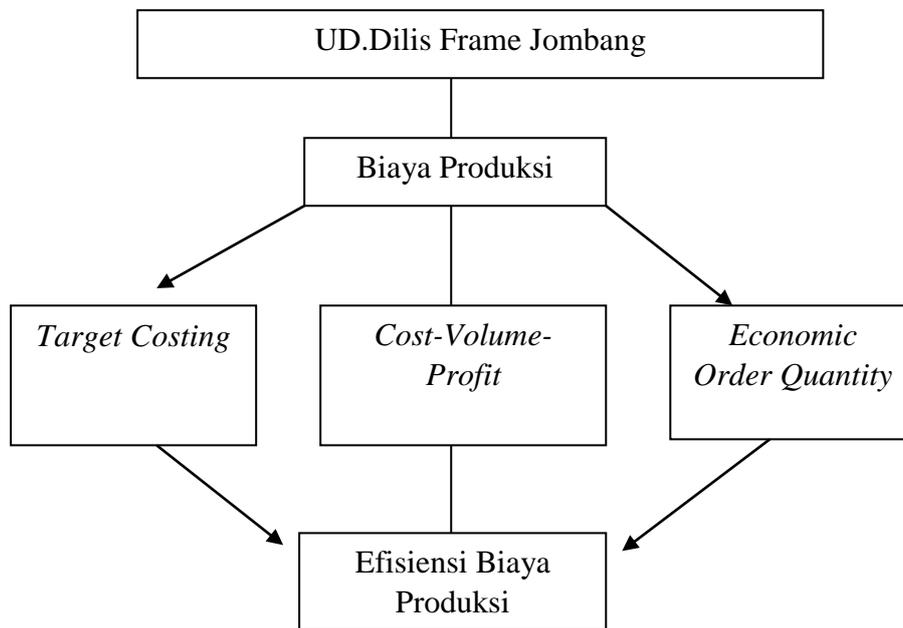
pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan yang telah terjadi atau kemungkinan terjadi untuk memperoleh keuntungan. Setelah membaca dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi adalah akumulasi dari biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan dalam rangka menghasilkan produk maupun jasa yang akan dijual.

2.3. Kerangka Konseptual

Pada tahap perencanaan, Target Costing efektif membantu manajemen dalam mengoptimalkan perencanaan laba. Metode ini menetapkan biaya target untuk membantu setiap fungsi dalam merencanakan dan merancang konsep yang tepat, sehingga produk yang dihasilkan dapat sukses dan menghasilkan laba yang diinginkan.

Dalam *Analisis Cost-Volume-Profit*, volume penjualan berkaitan dengan perubahan pendapatan, biaya, dan laba. Untuk mengetahui jumlah penjualan yang harus dicapai guna mencapai target laba, dapat digunakan rumus *Break-Even Point* (analisis titik impas).

Dalam perusahaan manufaktur, persediaan merupakan salah satu faktor utama yang penting untuk kelancaran usaha. Salah satu metode yang digunakan adalah *Economic Order Quantity* (EOQ). Selain itu, perusahaan harus memperhatikan penggunaan bahan baku agar terkendali dan biaya yang dikeluarkan dapat diminimalisir dengan baik. Pengendalian persediaan bahan baku sangat mempengaruhi laba perusahaan; jika perusahaan dapat mengelola biaya produksi dengan efisien, laba yang diperoleh akan meningkat.



Gambar 2.1 Kerangka berpikir

Sumber : Data dioalah, (2024).

Keterangan :

Berdasarkan kerangka konseptual diatas,dapat diberikan penjelasan bahwa suatu perusahaan akan membuat anggaran dan data biaya produksi. Dalam pelaksanaan kegiatan produksi peneliti menghitung dengan metode *Target Costin*, *Cost-Volume-Profit*, dan *Economic Order Quantity (EOQ)*, untuk mengetahui tujuan yaitu efisiensi biaya produksi.