

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Biaya

2.1.1 Pengertian Biaya

Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan dapat memberikan manfaat baik sekarang maupun yang akan datang (Sinurat et al., 2021). Menurut Suratminingsih (2024) bentuk pengorbanan yang dikeluarkan Perusahaan untuk penggunaan aktivitas Perusahaan dalam memperoleh manfaat dan tujuan produksi bisa juga diartikan sebagai seluruh pengeluaran Perusahaan untuk memenuhi tujuan dan target usaha untuk mendapatkan barang dan jasa.

Menurut Yudawisastra (2023) biaya merupakan segala upaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dengan tujuan untuk menghasilkan suatu pemasukan atau pendapatan berupa barang atau jasa, dengan kata lain biaya merupakan hal yang penting dalam menentukan keputusan terkait dengan profitabilitas, efisiensi dan efektifitas suatu sumber daya. pengertian diatas dapat disimpulkan biaya merupakan pengorbanan ekonomi dalam suatu usaha untuk memperoleh penghasilan.

2.1.2 Klasifikasi Biaya

Biaya merupakan proses yang berkaitan dengan aktivitas Perusahaan, umumnya biaya digolongkan menjadi beberapa komponen

sehingga lebih ringkas dan lebih sistematis. Klasifikasi biaya merupakan langkah yang dilakukan untuk membagi biaya sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai melalui pengelompokan tersebut (Sastroatmodjo, 2021). Berikut berbagai macam klasifikasi biaya :

1. Berdasarkan Fungsi Perusahaan

Adapun fungsinya menjadi proses utama untuk mengelola barang mentah sehingga menjadi barang yang siap jual di pasar, terdapat 3 (tiga) jenis biaya berdasarkan fungsi perusahaan yaitu:

1). Biaya Produksi

Biaya produksi timbul karena adanya suatu proses produksi dalam membuat atau mengelola barang mentah menjadi barang produk untuk dijual.

a. Bahan Baku

Biaya yang dikeluarkan untuk membeli kebutuhan bahan baku utama dalam memproduksi barang jadi.

b. Tenaga Kerja

Biaya yang dikeluarkan untuk membayar tenaga kerja utama yang berhubungan langsung dengan produksi.

c. Biaya overhead

Biaya yang dikeluarkan perusahaan selain biaya bahan baku dan tenaga kerja untuk menyelesaikan suatu produk.

2). Biaya Pemasaran

Biaya yang dikeluarkan dalam rangka memasarkan, mempromosikan dan mengiklankan suatu produk.

3). Biaya administrasi

Biaya administrasi yang berkaitan dengan kegiatan Perusahaan secara menyeluruh yang membantu kelancaran produksi.

2. Berdasarkan aktivitas produksi

Biaya berdasarkan aktivitas dengan suatu cara pengklasifikasian biaya untuk merespon perubahan kenaikan atau penurunan dalam aktivitas produksi.

1). Biaya variabel

Biaya variabel merupakan biaya yang jumlahnya berubah-ubah namun sebanding dengan volume produksi.

2). Biaya tetap

Biaya tetap merupakan biaya yang tidak berubah jumlahnya yang diproduksi dengan kapasitas normal.

3). Biaya semi variabel

Biaya semi variabel merupakan biaya yang jumlahnya ada yang berubah-ubah sesuai dengan perubahan kuantitas dan tarif tetapnya.

3. Berdasarkan sesuatu yang dibiayai

1). Biaya Langsung

Biaya langsung adalah biaya yang manfaatnya langsung dapat diidentifikasi pada produk yang dibuat

2). Biaya tidak langsung

Biaya tidak langsung adalah biaya yang manfaatnya tidak dapat diidentifikasi kepada produk yang dibuat.

2.2 Biaya Produksi

2.1.3 Pengertian Biaya Produksi

Menurut Alamsyahbana (2023) biaya produksi adalah biaya-biaya yang berkaitan erat dengan proses produksi perusahaan dalam menghasilkan produk utama. biaya produksi meliputi keseluruhan biaya mulai dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead. Biaya produksi menjadi faktor biaya yang sangat penting dan senantiasa perlu diukur, dikendalikan dan dianalisa, karena usaha motivasi pengendalian dan akuntansi terhadap faktor biaya produksi ini dapat menjadi salah satu masalah penting pengelolaan. Pengendalian biaya produksi dikatakan efektif apabila prosedur pengendalian sudah dijalankan dengan baik.

2.1.4 Jenis-Jenis Biaya Produksi

1. Biaya Bahan baku

Biaya bahan baku adalah berbagai macam bahan yang diolah menjadi produk jadi dan dapat diidentifikasi pemakaiannya secara langsung merupakan komponen penting dari suatu produk.

2. Biaya Tenaga Kerja

Menurut Sinurat (2021) Biaya tenaga kerja merupakan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk membayar gaji/upah karyawan di bagian produksi. Biaya tenaga kerja terdiri dari 2 macam yaitu tenaga kerja langsung:

1). Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja timbul dari proses pembuatan produk secara langsung berhubungan dengan produk yang dihasilkan.

2). Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung

Biaya tenaga kerja tidak langsung timbul dari proses pembuatan produk namun tidak langsung berhubungan dengan proses pembuatan produk yang dihasilkan.

3. Biaya Overhead Pabrik

Menurut Sastroatmodjo (2021) biaya overhead adalah biaya-biaya yang dikeluarkan selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja. Tujuan penyusunan biaya produksi pabrik.

- 1). Untuk Mengetahui Penggunaan biaya secara lebih efektif dan efisien.
- 2). Agar dapat menentukan harga pokok produksi secara lebih rinci.
- 3). Mengetahui alokasi biaya overhead pabrik sesuai dengan departemen yang dibebankan.

2.3 Target Costing

2.1.5 Pengertian Target Costing

Menurut Suratminingsih (2024) Target Costing merupakan pendekatan manajemen biaya yang berorientasi pada pasar, Dimana harga jual produk ditentukan berdasarkan persaingan pasar dan target laba. Focus utama dari Target Costing adalah untuk mengidentifikasi dan mengurangi biaya-biaya yang tidak perlu atau berlebihan sehingga proses biaya produksi lebih murah. Menurut Larissa (2024) Penerapan Target Costing dapat dijadikan sebagai salah satu system penentuan harga produk yang disesuaikan dengan target yang diharapkan dalam membantu Perusahaan untuk membuat perencanaan ulang biaya produksi guna memaksimalkan laba serta membantu Perusahaan dalam menghadapi lingkungan persaingan yang kompetisi. Metode Target Costing berkontribusi untuk mengefisiensikan biaya produksi dengan melakukan rekayasa nilai yang bertujuan untuk memodifikasi biaya atau mendapatkan ide atau alternatif yang nantinya diharapkan mampu memperoleh biaya yang lebih baik tanpa mengabaikan mutu serta kualitas (Sari & Martadinata, 2023).

2.1.6 Prinsip Penerapan target costing

1. Harga Menentukan Biaya

Harga jual yang kerap ditentukan oleh pasar membuat persaingan yang semakin ketat dan kompetitif membuat penetapan

harga jual produk bukan hal yang mudah sehingga harga pasar digunakan untuk target biaya berikut formulanya:

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

Sumber : (Mahsunah & Hariyati, 2021).

2. Focus Pada Pelanggan

Kebutuhan pelanggan akan kualitas, biaya dan fungsi dalam produk dan manfaatnya berkenaan dengan desain dan perhitungan harga pokok produk. Bagi pelanggan manfaat atas fitur yang ditawarkan lebih besar dari biaya yang diharapkan.

3. Menentukan Laba yang diharapkan

Pengendalian biaya ditekankan pada tahapan desain produk dan tahapan desain proses produksi. Faktor penentuan laba seperti pangsa pasar, volume penjualan.

4. *Cross functional team*

Tim/kelompok ini bertanggung jawab atas keseluruhan produk, dimulai dari konsep produk hingga tahapan produksi penuh.

5. Menggunakan rekayasa nilai

Rekayasa nilai adalah segala upaya yang dianggap diperlukan untuk memodifikasi produk perusahaan dengan biaya yang lebih rendah tetapi tetap disertai upaya untuk memberikan nilai (*value*) yang optimal kepada pelanggan.

2.4 Efisiensi Biaya Produksi

Efisiensi biaya produksi menjadi kemampuan Perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya untuk memperoleh hasil tertentu. Menurut Suratminingsih (2024) Efisiensi biaya produksi terjadi ketika perusahaan mampu menurunkan biaya per unit produksi melalui perbaikan proses, pengurangan pemborosan, dan pemanfaatan kapasitas secara maksimal. Efisiensi biaya produksi sangat bergantung pada system manajemen produksi yang dapat menganalisis dan mengawasi biaya produksi agar mencapai tujuan serta kesuksesan bisnis Perusahaan (Sandopart, 2023). Efisiensi adalah perbandingan antara jumlah hasil yang diperoleh dan jumlah yang digunakan atau jumlah yang dikeluarkan dan dihasilkan oleh satu unit input yang dipergunakan (Ayu et al., 2022).

2.5 Harga Jual

2.1.7 Pengertian Harga Jual

Harga jual sangat penting bagi perusahaan karena akan menentukan jumlah laba yang ingin dicapai. Harga jual adalah harga yang ditetapkan dan digunakan dalam transaksi dengan konsumen. Penetapan harga jual dilakukan setelah semua biaya produksi diperhitungkan (Andriany et al., 2024). Perusahaan selalu menetapkan harga produknya dengan tujuan untuk memperoleh laba. penentuan harga jual yang tepat sangat berpengaruh terhadap minat konsumen. Karena penentuan harga jual yang tinggi akan membuat Perusahaan sulit untuk bersaing dengan

perusahaan lain sebaliknya jika harga jual rendah dapat menimbulkan kerugian pada Perusahaan.

2.1.8 Tujuan penetapan Harga Jual

1. Memaksimalkan Laba

Perusahaan memaksimalkan laba yang tinggi dengan memperkirakan permintaan dan biaya yang sehubungan dengan harga alternatif. Dengan memilih harga yang dapat menghasilkan laba, pengembalian investasi dan arus.

2. Kelangsungan Hidup

Tujuan Perusahaan adalah untuk menjaga agar usaha tetap beroperasi dan persediaan dapat terus terpenuhi oleh karena itu Perusahaan sering melakukan penurunan harga agar kelangsungan hidup Perusahaan tetap berjalan.

3. Pertumbuhan yang maksimal

Perusahaan ingin memaksimalkan unit penjualan. Dengan volume penjualan yang tinggi menghasilkan biaya per unit yang lebih rendah dan laba jangka Panjang yang lebih tinggi dengan menetapkan harga jual yang rendah.

2.6 Tinjauan UMKM

2.2.1 Pengertian UMKM

Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah kegiatan usaha yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi secara merata serta dapat memperluas lapangan kerja dan berperan dalam mewujudkan

perekonomian negara UMKM dikelola oleh individu atau badan usaha kecil. menurut Peraturan Pemerintah Undang-Undang No.20 tahun (2008) tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dikelola oleh individu atau badan usaha yang bukan termasuk anak Perusahaan atau cabang yang dikelola, dikuasai secara langsung maupun tidak langsung. Dalam pasal 19 UU No. 20 Tahun 2008 dengan meningkatkan kemampuan manajerial. Guna meningkatkan kemampuan sumber daya manusia yang ada dengan melakukan pengembangan dan pemberdayaan yaitu Pendidikan, pelatihan, bimbingan, manajerial Teknik produksi, mutu produk, pelayanan, desain teknologi, sumberdaya manusia dan pemasaran. Sesuai dengan Undang-Undang No.20 Tahun 2008 memiliki definisi yang berbeda-beda sebagai berikut:

1. Usaha Mikro merupakan suatu usaha ekonomi produktif yang dikelola oleh perorangan atau kelompok usaha yang sesuai dengan kriteria usaha mikro sesuai dengan yang diatur dalam Undang-Undang.
2. Usaha Kecil merupakan usaha dengan ekonomi produktif yang dimiliki yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan anak Perusahaan atau cabang yang dimiliki, dikelola baik secara langsung maupun tidak langsung.
3. Usaha menengah adalah suatu usaha ekonomi produktif yang bukan merupakan cabang atau anak Perusahaan yang dikelola perorangan

atau kelompok baik langsung atau tidak langsung terhadap usaha besar maupun usaha kecil dengan total kekayaan bersihnya sesuai dengan yang diatur dalam undang-undang.

2.2.2 Kriteria UMKM

Kriteria UMKM menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 sebagai berikut:

1. Usaha Mikro

Sebagai mana telah disebutkan usaha mikro merupakan usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan atau badan yang memenuhi kriteria usaha mikro yang termasuk kriteria usaha mikro adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih mencapai Rp 50.000.000, (lima puluh juta) dan tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. Hasil penjualan usaha mikro setiap tahunnya paling banyak Rp 300.000.000, (Tiga ratus juta).

2. Usaha Kecil

Seperti yang sudah dijelaskan usaha kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berskala kecil serta memenuhi kriteria usaha kecil yang masuk kriteria usaha kecil adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih Rp 50.000.000, (lima puluh juta) dengan maksimal yang dibutuhkannya mencapai Rp 500.000.000, (lima ratus juta). Hasil penjualan bisnis setiap tahunnya antara Rp 300.000.000, (tiga ratus juta) sampai paling banyak Rp 2.500.000.000, (dua milyar lima ratus juta).

3. Usaha Menengah

Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang dikelola perorangan atau kelompok yang memenuhi kriteria kekayaan yang sudah diatur dalam Undang-Undang. Usaha menengah sering dikategorikan sebagai bisnis besar dengan kriteria kekayaan bersih yang dimiliki pemilik usaha mencapai lebih dari Rp500.000.000, (lima ratus juta) hingga Rp10.000.000.000, (sepuluh milyar) tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. Hasil penjualan tahunannya mencapai Rp2.500.000.000, (dua milyar lima ratus juta) milyar sampai Rp50.000.000.000, (lima puluh milyar).

2.7 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Saleh (2022)	Penerapan Target Costing Dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Pada Cv Galuh Sari Bogor	Metode penelitian menggunakan kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan target costing dapat mengefisiensi biaya produksi yaitu sebesar Rp. 11.946.400, hasil ini membuat pengaruh

				positif	terhadap
				perencanaan laba	
2	Karisma	Penerapan Target	Metode	Hasil	penelitian
	(2023)	Costing Dalam	penelitian	menunjukkan	bahwa
		Pengendalian	menggunakan	metode target costing	
		Biaya Produksi	analisis	dapat diterapkan pada PT.	
		Pada Pt Cahaya	deskriptif	Cahaya Timur Garmino	
		Timur Garmino	kuantitatif	sebagai sarana untuk	
				pengendalian biaya	
				produksi. Perusahaan	
				dapat menghemat biaya	
				produksi secara	
				keseluruhan dan	
				mencapai laba yang	
				diharapkan	
3	Andriany	Penerapan Target	Metode	Hasil	penelitian
	(2024)	Costing sebagai	penelitian	menunjukkan	metode
		upaya	menggunakan	target costing	pada
		pengendalian	analisis	Ninecake	dapat
		biaya produksi	deskriptif	diterapkan	dalam
		Dalam	kuantitatif	pengendalian biaya	
		meningkatkan Laba		produksi dan berdampak	
				pada peningkatan laba	

4	Trixie, Moningka (2025)	Penerapan Target Costing Sebagai Pengendalian Biaya Produksi Pada Usaha Mie Bakso Ojo Lali di Kota Bitung	Metode penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan target costing dapat diterapkan guna menekan biaya produksi dalam meningkatkan margin laba yang diharapkan.
5	Revika, Norsita (2024)	Analisis Penerapan Target Costing Dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Pada Pt Inko Networks Indonesia	Metode penelitian menggunakan deskriptif kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan target costing merupakan upaya alternatif yang baik dalam upaya mengefisiensi biaya produksi Perusahaan serta dapat mempengaruhi peningkatan laba yang diperoleh Perusahaan dengan cara melakukan rekayasa nilai terhadap biaya yang berlebih

Sumber: Berbagai Jurnal Penelitian, 2025