
Sosialisasi Penerapan Strategi Target Costing untuk Meningkatkan Profitabilitas di Mieusic Kota Solok, Sumatera Barat

Rita Dwi Putri¹, Juita Sukraini², Husni Taufiq D³, Elvina Indriati⁴, Aulia Nanda P⁵, Elsa Febri A⁶

Universitas Mahaputra Muhammad Yamin^{1,2,3,4,5,6}

✉

Email: ritadwiputri02@gmail.com, jjita.sukraini@gmail.com, husnitaufiq@gmail.com, elvinaindriati14@gmail.com, aulianandaputri788@gmail.com, elsafebrialmina@gmail.com

INFO ARTIKEL

Histori Artikel:

Diterima 07-07-2025

Disetujui 16-07-2025

Diterbitkan 18-07-2025

Katakunci:

*UMKM,
Target Costing,
profitabilitas*

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM MieUSIC di Kota Solok mengenai pentingnya penerapan strategi target costing dalam meningkatkan profitabilitas usaha. Melalui metode sosialisasi, tim PKM memberikan edukasi tentang strategi target costing serta penerapannya dalam pengendalian biaya dan penetapan harga jual produk yang lebih efisien. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penerapan strategi target costing yang tepat dapat membantu pelaku UMKM dalam mengelola biaya produksi secara lebih efisien dan efektif. Strategi ini diharapkan mampu membantu UMKM dalam meningkatkan efisiensi biaya, menjaga daya saing produk dan pada akhirnya meningkatkan profitabilitas.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Rita Dwi Putri, Juita Sukraini, Husni Taufiq D, Elvina Indriati, Aulia Nanda P, & Elsa Febri A. (2025). Sosialisasi Penerapan Strategi Target Costing untuk Meningkatkan Profitabilitas di Mieusic Kota Solok, Sumatera Barat. Aksi Kita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(4), 531-537. <https://doi.org/10.63822/nzvc8p92>

PENDAHULUAN

Pada era sekarang dunia bisnis telah meningkat pesat dalam pelayanan maupun manajemen internal di perusahaan, masa dimana daya saing juga tentunya meningkat. Dampak dari kemajuan dalam dunia bisnis ini ternyata juga berdampak kepada strategi yang di gunakan, apakah strategi tersebut masih bisa digunakan untuk periode sekarang atau di butuhkan pembaharuan agar Perusahaan tidak mengalami kerugian yang di akibatkan karena kemajuan tersebut. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah optimalisasi laba produk. Optimalisasi laba ini bertujuan untuk menentukan harga yang tepat sehingga dapat menarik minat konsumen sekaligus memberikan keuntungan maksimal bagi perusahaan. Ditengah persaingan pasar yang dinamis, kedai mie sebagai salah satu sektor usaha yang bergerak dibidang produksi dan penjualan makanan juga perlu menerapkan strategi ini untuk bertahan dan berkembang.

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia ditandai dengan semakin berkembangnya dunia usaha disegala bidang, salah satunya UMKM. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan usaha yang berjalan di berbagai bidang usaha diantaranya usaha perdagangan, usaha pertambangan, usaha industri, usaha jasa pendidikan, real estate dan lain-lain. Namun demikian usaha UMKM ini tidak terlepas dari berbagai permasalahan dan kendala. Beberapa kendala atau tantangan yang biasa dihadapi pelaku UMKM berkaitan dengan mengelola dana dan menyusun laporan keuangan, sebab baik tidaknya pengelolaan dana dapat menjadi salah satu faktor keberhasilan usaha (Aprila et al. 2023).

Menerapkan metode *Target Costing* dapat menjadi salah satu cara meningkatkan laba pada semua perusahaan (Nangoy, Tirayoh, and Mintalangi 2022). Sejalan dengan ini Jaradat et al., (2018) menyatakan bahwa *Target Costing* dapat membantu Usaha Kecil dan Menengah dalam menurunkan biaya dan menentukan harga kompetitif pada produk. *Target costing* merupakan cara menentukan biaya yang didasarkan pada harga jual dan laba yang sudah direncanakan dan diinginkan dari suatu produk, setelahnya dilakukan desain dan proses produksi demi mencapai tujuan perbaikan usaha pada pengurangan biaya produksi produk (Caroline and Wokas Heinze 2016)

Target costing merupakan metode pengendalian biaya untuk mencapai target laba yang diharapkan perusahaan. Target costing mampu mengurangi biaya siklus produk sebelum produksi dimulai sehingga tercapai profitabilitas yang diinginkan dengan adanya penerapan rekayasa nilai (value engineering).

Pada saat ini UMKM MieUSIC belum menerapkan Metode *Target Costing* dalam proses produksinya. Biaya yang dikeluarkan oleh pelaku usaha ini masih belum dapat diatur dengan baik dan dapat menyebabkan keuntungan yang diterima oleh UMKM MieUSIC masih belum sesuai dengan yang diinginkan. Sosialisasi ini penting dilakukan, untuk membantu UMKM MieUSIC agar dapat tetap menjalankan usahanya dan memiliki keunggulan secara kompetitif dengan para kompetitornya dengan menerapkan strategi *Target Costing* untuk meningkatkan profitabilitas.

Pengertian laba secara operasional merupakan perbedaan antara pendapatan yang direalisasi yang timbul dari transaksi selama satu periode dengan biaya yang berkaitan dengan pendapatan tersebut. Pengertian laba menurut kelebihan penghasilan di atas biaya selama satu periode akuntansi. (Irawan nur 2016)

METODE KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui metode sosialisasi dimana tim PKM melakukan kunjungan ke mitra UMKM yang menjadi target intervensi. Sasaran utama dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pelaku usaha UMKM “MieUSIC” yang beralamat di Jl. Datuk Perpatih Nan Sabatang, Simpang Rumbio, Kec. Lubuk Sikarah, Kota Solok, Sumatera Barat. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini terdiri dari 3 tahap

1. Tahapan persiapan

Pada hari sabtu, 14 Juni 2025 dilakukan tahapan persiapan untuk mengatur waktu, lokasi serta menghubungi pemilik kedai MieUSIC yaitu Ibu Rafera Putri untuk melakukan wawancara dan sosialisasi.



Gambar 1. Melakukan persiapan untuk sosialisasi

2. Tahapan Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian dilakukan dengan memberikan edukasi dan sosialisasi terkait dengan strategi penerapan target costing untuk meningkatkan profitabilitas serta penerapan yang dilakukan pada MieUSIC.



Gambar 2. Tahapan pelaksanaan sosialisasi dengan pemilik kedai MieUSIC

3. Tahapan Evaluasi

Langkah terakhir yang dilakukan adalah evaluasi terhadap pemahaman materi sosialisasi yang telah dilakukan. Hal ini akan mengetahui seberapa besar pemahaman yang dimiliki oleh para

pelaku usaha umkm dan memberikan saran-saran untuk mengimplementasikan umkm pada bisnis yang sedang dijalankan.



Gambar 3. Melakukan evaluasi terkait dengan sosialisasi

HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

1. Sosialisasi strategi target costing

Kegiatan sosialisasi strategi target costing dilaksanakan pada tanggal 16 Juni 2025 di Kedai MieUSIC, sebuah UMKM yang bergerak di bidang kuliner cepat saji yang berlokasi di Kota Solok, Sumatera Barat. Kegiatan ini diikuti oleh pemilik usaha serta karyawan yang terlibat dalam proses produksi dan penerapan harga. Sosialisasi difokuskan pada pemahaman strategi target costing sebagai metode penetapan harga yang mengacu pada harga pasar dan target laba yang diinginkan. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk memperkenalkan pendekatan penetapan harga yang lebih strategis dan berorientasi untuk meningkatkan profitabilitas, terutama dalam menghadapi fluktuasi biaya bahan baku dan tekanan kompetitif pasar.

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini bersifat partisipatif, yaitu melalui pemaparan materi interaktif, diskusi terbuka, serta simulasi penghitungan harga berbasis target laba. Materi sosialisasi mencakup pengenalan konsep target costing, perbedaan dengan metode penetapan harga konvensional (cost plus pricing) serta langkah-langkah praktis dalam penerapan strategi tersebut di lingkungan UMKM.

2. Respons dan Tingkat Pemahaman Mitra

Berdasarkan hasil diskusi dan evaluasi informal selama kegiatan, mitra UMKM menunjukkan ketertarikan dan antusiasme terhadap strategi yang disampaikan. Sebelumnya, penetapan harga di Kedai MieUSIC dilakukan secara intuitif, tanpa menghitung struktur biaya secara sistematis. Hal ini menyebabkan ketidakstabilan margin keuntungan, terutama saat harga bahan baku meningkat.

Setelah sosialisasi, mitra memahami bahwa dalam target costing, harga jual bukan hasil akhir, tetapi justru titik awal dari seluruh proses perencanaan biaya. Pemilik usaha menyadari pentingnya melakukan perhitungan mundur dari harga jual pasar yang kompetitif untuk menetapkan biaya maksimum produksi. Dengan pendekatan ini, efisiensi dan kendali atas pengeluaran menjadi hal yang sangat mungkin dilakukan.

3. Dampak Awal dan Potensi Tindak Lanjut

Sebagai dampak awal, tim pengabdian dan pengelola usaha melakukan perhitungan langsung target costing pada produk utama kedai yaitu Mie. Penerapan metode target costing dimulai dengan peninjauan ulang struktur biaya produksi, termasuk bahan baku utama seperti Mie, Bumbu, dan topping tambahan. Pemilik UMKM melakukan penghitungan terhadap total biaya produksi berdasarkan jumlah porsi rata-rata yang dijual per bulan.

Berdasarkan hasil observasi terhadap harga bahan baku di toko fisik (offline) dan *platform e-commerce* ditemukan adanya perbedaan harga. Harga pada *platform e-commerce* seperti shopee cenderung lebih murah dibandingkan toko fisik. Hal tersebut menjadi dasar tim pengabdian merekomendasikan kepada kedai MieUSIC untuk memanfaatkan *platform e-commerce* dalam pembelian bahan baku. Komponen biaya bahan baku yang dapat diefisiensi antara lain Mie, Nugget, dan pangsit.

a. Metode sebelum menerapkan target costing

Penjualan	Rp 2.400.000
Dikurangi :	
Biaya Produksi	Rp 2.087.430
Laba Bersih	Rp 312.570

b. Metode sesudah menerapkan target costing

Penjualan	Rp 2.400.000
Dikurangi :	
Biaya Produksi	Rp 2.012.490
Laba Bersih	Rp 387.510

Sebelum menerapkan metode target costing, total penjualan yang diperoleh sebesar Rp2.400.000, dengan total biaya produksi mencapai Rp2.087.430, sehingga laba bersih yang dihasilkan hanya sebesar Rp312.570.

Setelah metode target costing diterapkan, perusahaan mampu menekan biaya produksi menjadi Rp2.012.490 tanpa mengurangi jumlah penjualan. Hasilnya, laba bersih meningkat menjadi Rp387.510.

Dengan kata lain, penerapan metode target costing berhasil meningkatkan laba bersih sebesar Rp74.940 atau sekitar 23,97% dibandingkan sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa target costing dapat menjadi strategi efektif dalam pengendalian biaya dan peningkatan profitabilitas usaha. (Noviawan Andika 2025)

Dari wawancara, diketahui bahwa pemilik UMKM mencoba menekan biaya produksi dengan :

- Membeli bahan baku dalam jumlah besar untuk mendapatkan potongan harga
- Menjalin kerja sama dengan pemasok lokal untuk mengurangi biaya distribusi

Hasilnya, biaya per porsi dapat ditekan, sehingga harga jual tetap kompetitif namun target laba tetap tercapai.

4. Dampak terhadap profitabilitas

Penerapan strategi target costing membawa dampak positif terhadap profitabilitas kedai MieUSIC. Dari hasil wawancara dan observasi, terjadi peningkatan margin laba bersih sejak metode ini mulai diterapkan,

meskipun peningkatannya bersifat bertahap. Pemilik UMKM mengakui bahwa sistem ini menekankan pada perencanaan biaya sejak awal dibanding mengatasi pemborosan setelah produksi berjalan.

Selain peningkatan laba, strategi juga memperkuat posisi kedai dalam menghadapi kompetitor. Dengan harga jual yang kompetitif dan kontrol biaya yang baik, MieUSIC mampu mempertahankan jumlah pelanggan bahkan ditengah kenaikan bahan baku.

5. Analisis Kontribusi Kegiatan

Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan literasi keuangan dan kesadaran strategis pelaku UMKM. Di tengah tantangan ekonomi pascapandemi dan naiknya harga bahan pokok, strategi target costing bukan sekadar solusi teknis, tetapi juga pendekatan manajerial yang dapat memperkuat daya tahan dan daya saing UMKM.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan sosialisasi dan pembahasan penerapan strategi target costing di UMKM MieUSIC kota solok diperoleh kesimpulan sebagai berikut

1. Sebelum sosialisasi, pelaku UMKM memiliki pemahaman yang terbatas mengenai konsep target costing. Setelah kegiatan, terjadi peningkatan signifikan dalam pemahaman tentang pentingnya perencanaan harga jual berbasis margin laba yang diinginkan serta penyesuaian biaya produksi untuk mencapai target tertentu.
2. Sebelumnya, penetapan harga dilakukan secara intuitif tanpa perhitungan struktur biaya yang sistematis, sehingga margin keuntungan tidak stabil. Setelah sosialisasi, pemilik usaha memahami bahwa harga jual seharusnya menjadi titik awal dalam perencanaan biaya, bukan hasil akhir.
3. Pemilik UMKM mulai menerapkan perhitungan target costing dengan meninjau ulang struktur biaya produksi, seperti bahan baku mie, bumbu, dan topping. Upaya efisiensi dilakukan melalui pembelian bahan baku dalam jumlah besar dan kerja sama dengan pemasok loka.
4. Penerapan strategi target costing terbukti mampu menekan biaya per porsi, menjaga harga jual tetap kompetitif, dan meningkatkan margin laba bersih secara bertahap. Selain itu, strategi ini memperkuat posisi UMKM dalam menghadapi persaingan dan kenaikan harga bahan baku.
5. Kegiatan ini memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan literasi keuangan dan kesadaran strategi pelaku UMKM, serta memperkuat daya tahan dan daya saing usaha di tengah tantangan ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprila, Juwita, Jumri Jumri, Rosmiati Pakata, Wahyu Mardiana, and Marpiah Marpiah. 2023. "Analisis Penerapan Target Costing Sebagai Alat Bantu Perencanaan Biaya Pada UMKM Kebab Batubara." *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 23(3):3441. doi:10.33087/jiubj.v23i3.4377.
- Caroline, Tertius, and Wokas Heince. 2016. "ANALISIS PENERAPAN TARGET COSTING DAN ACTIVITY-BASED COSTING SEBAGAI ALAT BANTU MANAJEMEN DALAM PENGENDALIAN BIAYA PRODUKSI PADA UD. BOGOR BAKERY." *Jurnal EMBA : Jurnal*

-
- Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* JE Vol.4 No.1 (2016)(Vol. 4 No. 1 (2016): JE Vol.4 No.1 (2016) Hal. 504-623).
- Irawan nur, Rizal Mohammad. 2016. "PENGARUH MODAL USAHA DAN PENJUALAN TERHADAP LABA USAHA PADA PERUSAHAAN PENGGILINGAN PADI UD. SARI TANI TENGGEREJO KEDUNGPRING LAMONGAN." *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi (JPENSI)* Volume I No 2(Vol. 1 No. 2 (2016): JURNAL PENELITIAN EKONOMI DAN AKUNTANSI (JPENSI)).
- Nangoy, Yolanda Theresia, Victorina Z. Tirayoh, and Syermi S. E. Mintalangi. 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. doi:10.35794/emba.v10i3.42613.
- Noviawan Andika. 2025. "Perhitungan Target Costing Di CV. Arena Furniture Untuk Mencapai Target Laba." *JURNAL ABDIMAS INDEPENDEN Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mataram* 6 NO. 1:21–31.