

ANALISIS PENETAPAN BIAYA PRODUKSI BAWANG CRISPY UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN

Analysis of the Determination of Crispy Onion Production Cost to Increase Revenue

Dita Maharani¹, Ismi Puji Ruwaida², dan Nazaruddin²

¹Mahasiswa Jurusan Pertanian, Agribisnis Hortikultura,
Politeknik Pembangunan Pertanian Bogor

²Dosen Jurusan Pertanian, Agribisnis Hortikultura,
Politeknik Pembangunan Pertanian Bogor

Email: ditamr2703@gmail.com

ABSTRACT

This research was conducted to overcome the imbalance in production costs and profits faced by PT Sinergi Brebes Teknologi. This study aims to analyze the determination of crispy onion production costs through the application of the target costing method, and analyze the income of crispy onion products. The methods used in this study include traditional costing and target costing. Target costing is a strategic approach that determines production costs based on competitive market selling prices and the company's desired profit target. The analysis carried out includes the evaluation of production costs and value engineering to find more economical alternatives. The results of the study show that the company implements a costing target based on profit and value engineering in determining the production cost of crispy onions to meet the company's profit target, which is 15.28% of 80 grams of crispy onions, and 9.13% of the profit target of 50 grams of crispy onions. The implementation of the costing target has a positive impact on increasing the company's revenue and increasing production cost efficiency. Therefore, it is recommended that PT Sinergi Brebes Innovative apply the target costing method to all shallot products to increase production cost efficiency and profit. This application allows companies to adjust production costs to competitive market prices and predetermined profit targets.

Keywords: cost efficiency, target costing, traditional costing, value engineering.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengatasi ketidakseimbangan biaya produksi dan keuntungan yang dihadapi oleh perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penetapan biaya produksi bawang crispy melalui penerapan metode target costing, dan menganalisis pendapatan produk bawang crispy. Metode yang digunakan dalam penelitian ini meliputi traditional costing dan target costing. Target costing adalah pendekatan strategis yang menentukan biaya produksi berdasarkan harga jual pasar yang kompetitif dan target laba perusahaan yang diinginkan. Analisis yang dilakukan meliputi evaluasi biaya produksi dan rekayasa nilai untuk menemukan alternatif yang lebih ekonomis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan pada penerapan target costing berdasarkan laba dan rekayasa nilai pada penetapan biaya produksi bawang crispy untuk memenuhi target laba perusahaan yaitu sebesar 15,28% bawang crispy 80 gram, dan 9,13% target laba bawang crispy 50 gram. Implementasi target costing berdampak positif terhadap peningkatan pendapatan perusahaan dan meningkatkan efisiensi biaya produksi. Oleh karena itu, disarankan agar PT Sinergi Brebes Inovatif menerapkan metode target costing pada semua produk bawang merah untuk meningkatkan efisiensi biaya produksi dan laba. Penerapan ini memungkinkan perusahaan menyesuaikan biaya produksi dengan harga pasar yang kompetitif dan target laba yang telah ditetapkan.

Kata kunci: efisiensi biaya, rekayasa nilai, target costing, traditional costing.

PENDAHULUAN

Bawang merah merupakan salah satu komoditas strategis di Indonesia,

penting sebagai bahan pangan segar dan memiliki nilai tambah melalui berbagai produk olahan seperti bawang goreng, pasta bawang merah, dan bawang merah

kering. Olahan bawang merah memberikan nilai ekonomi lebih tinggi dan memperluas peluang pasar domestik dan ekspor. Produksi bawang merah di Indonesia meningkat sejak tahun 2022, mencapai 1.985.233 ton pada tahun 2023, dengan Provinsi Jawa Tengah sebagai penyumbang terbesar (479.091 ton), terutama dari Kabupaten Brebes yang terkenal dengan varietas Bima Brebes (BPS 2023).

Fluktuasi harga bawang merah yang tidak stabil, seringkali disebabkan oleh saluran pemasaran atau kondisi eksternal, memengaruhi petani bawang merah. Upaya mengatasi fluktuasi harga diperlukan inovasi yang meningkatkan nilai tambah bawang merah serta menciptakan lapangan kerja baru (Arum 2018). PT Sinergi Brebes Inovatif di Kabupaten Brebes memproduksi berbagai olahan bawang merah, termasuk produk inovatif bawang merah crispy dengan 4 varian rasa: original, barbeque, sapi panggang, dan balado.

Harga jual bawang crispy yang lebih tinggi seringkali tidak seimbang dengan biaya produksi, yang dipengaruhi oleh fluktuasi harga bahan baku sepanjang tahun. Penetapan biaya produksi yang tepat penting untuk menetapkan harga jual yang kompetitif dan meningkatkan efisiensi produksi. Penelitian yang dilakukan oleh Nisfiani, Sidik, dan Nugroho (2022) menunjukkan bahwa metode target costing melalui rekayasa nilai dapat meningkatkan laba dan menghemat biaya produksi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penetapan biaya produksi bawang crispy di PT Sinergi Brebes Inovatif, dengan fokus pada pengendalian komponen biaya produksi, untuk memberikan rekomendasi strategis yang dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan selama tiga bulan, dari 1 Maret hingga 31 Mei 2024, di PT Sinergi Brebes Inovatif yang berlokasi di Desa Sidamulya, Kecamatan Wanasari, Kabupaten Brebes, Jawa Tengah. Data dikumpulkan melalui metode kuantitatif, dengan data primer yang mencakup penggunaan bahan baku, rincian biaya produksi, dan data penjualan, yang diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi langsung. Data sekunder diperoleh dari dokumentasi dan studi pustaka yang relevan untuk mendukung data primer. Responden penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, melibatkan individu yang terlibat langsung dalam produksi bawang crispy, termasuk pemilik perusahaan, direktur operasional, general manager, manajer administrasi, operator produksi, dan satu tenaga kerja produksi. Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif, dengan pendekatan *traditional costing* dan *target costing* untuk menganalisis biaya produksi dan menentukan harga jual yang kompetitif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penetapan Harga Bawang Crispy berdasarkan Metode *Traditional Costing*

Penetapan biaya produksi bawang crispy sebelumnya yang telah dilakukan oleh PT Sinergi Brebes Inovatif menggunakan metode tradisional yang mengalokasikan biaya langsung ke obyek biaya berdasarkan alokasi terkait. Perhitungan biaya produksi yang dilakukan perusahaan hanya memperhitungkan komponen-komponen biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung, tanpa memperhitungkan biaya *overhead* pabrik. PT SBI telah menghasilkan produk bawang crispy dengan total produksi rata-rata perbulan semua varian bawang crispy sebanyak 2.952 produk, dalam rangka memenuhi pesanan yang telah diterima.

Biaya Bahan Baku

Bahan baku utama produksi bawang crispy yaitu bawang merah segar yang merupakan komoditas yang sangat dipengaruhi oleh faktor musim, yang menyebabkan fluktuasi harga sepanjang tahun. Varietas bawang merah yang dipilih berupa bawang merah varietas bima yang menjadi varietas unggulan di Brebes. Kualitas varietas bima terkenal dengan beberapa keunggulan yang membuatnya sangat cocok untuk produksi bawang crispy. Varietas bima memiliki ukuran umbi yang seragam dan besar, sehingga memudahkan dalam proses produksi. Bawang merah varietas bima memiliki rasa yang khas, renyah, dan aroma yang kuat, yang diminati oleh konsumen.

Harga bahan baku bawang merah mengalami perubahan sepanjang tahun. Pasokan bawang merah di pasar berkurang karena belum ada panen baru, yang mengakibatkan kenaikan harga produksi. Namun, harga bawang merah turun drastis selama periode panen, yaitu dari Maret hingga April, Juli hingga Agustus, dan November hingga Desember. Pada bulan Maret dan April, harga turun menjadi Rp16.000 per kg, dan pada bulan Juli, Agustus, November, dan Desember, harga mencapai titik terendah sebesar Rp12.000 per kg. Penurunan harga ini disebabkan oleh banyaknya stok bawang merah yang tersedia di pasar selama periode panen. Volume pembelian bawang merah rata-rata sebanyak 400 kg per bulan.

Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tenaga kerja yang digunakan di PT Sinergi Brebes Inovatif sudah memiliki kemampuan dalam bidang produksi. Tenaga kerja yang dimiliki yaitu dua orang tenaga kerja yang berasal dari lingkungan

sekitar perusahaan. Setiap pekerja di perusahaan ini menerima upah harian bersih sebesar biaya Rp100.000 per hari untuk 2 orang pekerja. Sistem kerja di perusahaan berlangsung dari hari Senin hingga Jumat, dimulai pukul 08.00 hingga 12.00, kemudian istirahat selama sekitar 60 menit, dan dilanjutkan dari pukul 13.00 hingga 16.00. Pada hari Sabtu pekerja hanya bekerja setengah hari, yaitu dari pukul 08.00 hingga 12.00. Pekerja mendapatkan satu hari libur dalam seminggu yaitu pada hari Minggu. Total jam kerja per hari atau dalam satu kali produksi adalah 8 jam. Pada PT SBI terdiri dari dua jenis tenaga kerja yaitu karyawan harian lepas dan tenaga kerja kupas bawang.

Biaya Overhead Pabrik

Biaya *overhead* untuk produk bawang crispy mencakup berbagai komponen yang tidak langsung terlibat dalam proses produksi secara langsung tetapi tetap mendukung operasional keseluruhan. Bahan pendukung seperti kemasan plastik, fasilitas produksi, dan keperluan administrasi umum adalah biaya bahan baku tidak langsung. Penyusutan nilai mesin produksi selama masa pakainya ditunjukkan oleh penyusutan peralatan yang digunakan dalam proses produksi bawang crispy.

Biaya penyusutan bangunan mencakup penyusutan nilai bangunan yang digunakan untuk menyimpan bahan baku dan produk akhir. Biaya pemeliharaan mesin diperlukan untuk menjaga mesin dan peralatan lainnya dalam kondisi baik agar tetap beroperasi secara efisien. Biaya *overhead* juga mencakup biaya listrik dan air, karena keduanya diperlukan untuk menjalankan mesin produksi dan kebutuhan fasilitas lainnya dengan rincian seperti ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1 Biaya *overhead* pabrik per bulan

Keterangan	Kemasan 80 gram	Kemasan 50 gram
Biaya bahan baku tidak langsung	5.903.000	4.603.000
Biaya penyusutan peralatan	2.519.514	2.519.514
Biaya penyusutan bangunan	416.667	416.667
Biaya amortisasi	32.639	32.639
Biaya pemeliharaan mesin	500.000	500.000
Listrik dan air	333.333	333.333
Total	9.705.153	8.405.153

Sumber: Data diolah (2024)

Tabel 1 menunjukkan hasil perhitungan total biaya *overhead* pabrik kemasan 80 gram selama satu bulan, yang mencapai Rp9.705.153. Biaya *overhead* untuk kemasan 50 gram adalah Rp8.405.153. Perbedaan dalam alokasi biaya produksi antara kedua jenis kemasan dapat disebabkan oleh penggunaan kemasan yang lebih besar untuk kemasan 80 gram yang memiliki harga dan ukuran kemasan yang berbeda.

Biaya Produksi

Biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan selama proses produksi disebut sebagai biaya produksi. Bustami

dan Nurlela (2010) menjelaskan bahwa biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan pada saat proses produksi terdiri atas bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Maka dari itu biaya produksi wajib direncanakan dengan matang dan dikendalikan agar tidak terjadi pemborosan yang menyebabkan membengkaknya biaya.

Adapun rincian dari total biaya produksi dan non produksi seperti ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2 Biaya produksi bawang crispy per bulan pada traditional costing

Keterangan	Jumlah	Satuan	Kemasan 80 gram (Rp)	Kemasan 50 gram (Rp)
Biaya bahan baku	1	bulan	9.260.000	9.260.000
Biaya tenaga kerja	1	bulan	5.840.000	5.840.000
Biaya <i>overhead</i> pabrik	1	bulan	9.705.153	8.405.153
Biaya promosi pemasaran	1	bulan	250.000	250.000
Gaji karyawan tetap	1	orang	2.100.000	2.100.000
Total			26.905.153	25.605.153

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan penggunaan bahan baku dengan penggunaan harga pembelian bahan baku tertinggi Rp20.000 per kg dengan bahan baku sebanyak 400 kg adalah dengan total biaya Rp9.260.000 termasuk Pembelian minyak dan perasa makanan. Total biaya produksi dengan metode yang diterapkan oleh perusahaan yaitu sebesar Rp26.905.153 untuk kemasan 80 gram, dan Rp25.605.153 untuk kemasan 50 gram.

Selama periode produksi per bulan, perusahaan mendapatkan margin keuntungan pada produk bawang crispy tergantung pada ukuran kemasan yang digunakan. Ukuran kemasan yang berbeda mempengaruhi biaya produksi, harga jual, dan margin keuntungan yang diperoleh dengan rincian seperti ditunjukkan pada Tabel 3.

Tabel 3 Margin keuntungan per bulan produk bawang crispy

Komponen biaya	Kemasan 80 gram	Kemasan 50 gram
Total Penerimaan	Rp 30.000.000	Rp 32.000.000
Total Pendapatan	Rp 8.663.667	Rp 11.963.667
Total Biaya	Rp 26.905.153	Rp 25.605.153
Margin	11,50%	24,97%
R/C	1,11	1,24

Sumber: Data diolah (2024)

Penentuan Harga Pasar

Produk yang dihasilkan oleh PT Sinergi Brebes Inovatif beragam, tetapi dalam penelitian ini, penulis memfokuskan perhatian pada produk bawang crispy. Hal ini disebabkan oleh keunikan produk ini yang berbeda dari produk lainnya, dan saat ini perusahaan menghadapi kendala dalam meningkatkan laba dari produk tersebut.

PT Sinergi Brebes Inovatif memunculkan pertimbangan penting terkait strategi harga dan manajemen biaya yang efektif, terutama dalam menghadapi persaingan dari produsen lainnya, dengan menawarkan bawang crispy ukuran 50 gram pada harga Rp25.000, perusahaan telah mengadopsi pendekatan *target costing* yang potensial. *Target costing* merupakan metode yang memungkinkan perusahaan untuk menetapkan harga jual berdasarkan analisis kompetitif pasar, sehingga mampu menawarkan produk dengan harga yang lebih terjangkau dibandingkan pesaing.

Target Costing

Penerapan *target costing* merupakan salah satu cara yang dapat digunakan dalam mencapai target laba yang diinginkan oleh perusahaan. *Target costing* adalah suatu metode yang digunakan untuk penentuan biaya. Penentuan biaya dalam metode ini ditentukan pada tahap awal perencanaan produksi. Penentuan biaya dilakukan dengan mengetahui harga jual produk dan target laba yang diinginkan terlebih dahulu.

PT Sinergi Brebes Inovatif menetapkan target laba sebesar Rp7.500 per unit untuk produk bawang crispy kemasan 80 gram dan Rp5.000 per unit untuk kemasan 50 gram. Target laba ini mencerminkan persentase laba yang diharapkan sebesar 25% dari harga jual produk. seperti ditunjukkan pada Tabel 11. Perusahaan mempertimbangkan persaingan dari perusahaan sejenis, sehingga perusahaan memiliki fleksibilitas lebih besar dalam menetapkan harga jual yang dapat mencapai target laba dengan efisien.

Tabel 4 Target costing produksi bawang crispy

Produk	Harga per unit (Rp)	Target laba 25% (Rp)	Target biaya (Rp)
Bawang crispy original 80 gram	30.000	7.500	22.500
Bawang crispy varian rasa 80 gram	30.000	7.500	22.500
Bawang crispy original 50 gram	20.000	5.000	15.000
Bawang crispy varian rasa 50 gram	20.000	5.000	15.000

Sumber: Data diolah (2024)

Perusahaan menetapkan target biaya produksi untuk setiap varian produk bawang crispy. Target biaya ini ditetapkan berdasarkan analisis biaya yang mencakup biaya bahan baku, biaya produksi, biaya distribusi, dan biaya lainnya. Menetapkan

target biaya yang lebih rendah dari harga jual, perusahaan dapat memastikan bahwa dapat mencapai target laba yang diinginkan.

Rekayasa Nilai (*Value Engineering*)

PT Sinergi Brebes Inovatif sedang mengupayakan pencapaian laba yang diinginkan melalui penggunaan *target costing*. Namun, dalam analisis perbandingan biaya produksi dengan *target costing*, terungkap bahwa biaya produksi melebihi *target costing* yang telah ditetapkan. Sebagai respons terhadap hal ini, perusahaan akan melakukan *value engineering* sebagai alternatif untuk mengoptimalkan biaya produksi. *Value engineering* yang dilakukan akan difokuskan pada dua aspek utama:

1. Bahan baku langsung (*raw materials*)
Value engineering akan dilakukan pada bahan baku langsung karena PT SBI belum memilih supplier bahan baku dengan harga yang lebih terjangkau. Dalam hal ini, peneliti akan melakukan perekayasa nilai pada pembelian bahan baku dengan memilih supplier yang menawarkan harga rata-rata yang berada di sekitar Kabupaten Brebes.
2. *Overhead* Pabrik (*factory overhead*)
Pada *overhead* pabrik, peneliti akan melakukan perekayasa nilai pada bahan baku dan bahan penolong dengan menggantinya dengan bahan yang sejenis, tanpa mengurangi kualitas bahan tersebut. Langkah ini diambil untuk mengoptimalkan biaya *overhead* pabrik tanpa mengorbankan kualitas produk.

Value engineering tidak dilakukan pada tenaga kerja langsung karena biaya tersebut sudah ditentukan oleh perusahaan dan tidak dapat dimodifikasi. Rekayasa nilai yang direncanakan melalui *value engineering* bertujuan untuk menekankan biaya produksi pada perusahaan tanpa mengurangi kualitas dari produk yang dihasilkan.

Rekayasa nilai yang dilakukan pada biaya kemasan pouch dengan mengurangi biaya per unit, total biaya *overhead* untuk produksi bawang crispy di PT Sinergi Brebes Inovatif mengalami penurunan.

Meskipun biaya administrasi dan umum seperti listrik, air, gas, telepon, dan internet tetap stabil karena tidak ada perubahan penggunaan atau tarif, biaya produksi secara keseluruhan berhasil dikurangi setelah rekayasa nilai. Biaya penyusutan peralatan, bangunan, amortisasi, dan pemeliharaan mesin juga tidak mengalami perubahan karena tidak ada investasi baru atau perubahan pada aset tetap perusahaan. Secara keseluruhan, langkah rekayasa ini membantu PT SBI meningkatkan efisiensi biaya produksi tanpa mengorbankan kualitas atau standar operasional yang ada.

Perbandingan Pendapatan

Peningkatan pendapatan sangat penting untuk memastikan keberlanjutan jangka panjang, memaksimalkan keuntungan, mendukung inovasi produk, meningkatkan kualitas layanan, dan memperluas pasar. Dengan pendapatan yang lebih tinggi, perusahaan dapat berinvestasi kembali dalam operasinya, menarik investor, meningkatkan kepuasan karyawan, dan memperkuat daya saing. Pendapatan yang meningkat memberikan fleksibilitas keuangan yang lebih besar untuk mengelola risiko dan menghadapi tantangan bisnis.

Analisis perbandingan pendapatan antara penggunaan *traditional costing* dan *target costing* untuk berbagai varian produk bawang crispy terlihat perbedaan dalam pengaruhnya terhadap biaya produksi dan laba. Metode *traditional costing* cenderung memperlakukan biaya *overhead* secara umum tanpa mempertimbangkan efisiensi dari setiap komponen biaya. *Target costing* memfokuskan pada penentuan harga jual yang ditetapkan berdasarkan target laba yang diinginkan, kemudian menyesuaikan biaya produksi agar sesuai dengan harga tersebut. Penerapan *target costing* telah terbukti mengoptimalkan biaya produksi bawang crispy di PT Sinergi Brebes Inovatif yang secara langsung mempengaruhi

peningkatan laba perusahaan seperti ditunjukkan pada Tabel 5.

Tabel 5 Perbandingan laba sebelum dan setelah penerapan target costing

Produk	Harga per unit (Rp)	Sebelum		Setelah	
		Laba (Rp)	Biaya berdasarkan <i>Traditional costing</i> (Rp)	Laba (Rp)	Biaya berdasarkan <i>Target costing</i> (Rp)
Bawang crispy original 80 gram	30.000	6.000	24.000	7.500	22.500
Bawang crispy varian rasa 80 gram	30.000	6.000	24.000	7.500	22.500
Bawang crispy original 50 gram	20.000	4.000	16.000	5.000	15.000
Bawang crispy varian rasa 50 gram	20.000	4.000	16.000	5.000	15.000

Sumber: Data diolah (2024)

Tabel 5 menunjukkan bahwa terdapat perbandingan pendapatan antara *traditional costing* dan *target costing* yang menunjukkan bahwa *target costing* mampu meningkatkan laba per unit untuk semua varian produk bawang crispy. *Traditional costing* menghasilkan laba per unit untuk produk bawang crispy original dan varian rasa 80 gram sebesar Rp6.000, sedangkan dengan *target costing* meningkat menjadi Rp7.500. Laba per unit untuk produk bawang crispy original dan varian rasa 50 gram meningkat dari Rp4.000 dengan *traditional costing* menjadi Rp5.000 dengan *target costing*. Penerapan *target costing* lebih efektif dalam meningkatkan laba dibandingkan *traditional costing* dengan menetapkan biaya produksi berdasarkan harga pasar dan laba yang diinginkan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa penetapan biaya produksi bawang crispy yang diterapkan selama ini oleh PT Sinergi

Brebes Inovatif yaitu dengan metode *traditional costing*. Penerapan *target costing* berdasarkan laba dan rekayasa nilai pada penetapan biaya produksi bawang crispy untuk memenuhi target laba perusahaan yaitu sebesar 15,28% bawang crispy 80 gram, dan 9,13% target laba bawang crispy 50 gram. Penerapan *target costing* berdampak positif terhadap peningkatan pendapatan PT Sinergi Brebes Inovatif dan meningkatkan efisiensi biaya produksi.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan dapat diusulkan saran yaitu PT Sinergi Brebes Inovatif sebaiknya menerapkan metode *target costing* pada semua produk bawang merah untuk meningkatkan efisiensi biaya produksi dan laba. Penerapan ini memungkinkan perusahaan menyesuaikan biaya produksi dengan harga pasar yang kompetitif dan target laba yang telah ditetapkan.

Perusahaan perlu melakukan pemantauan dan evaluasi berkala terhadap penerapan *target costing* untuk memastikan metode ini terus memberikan hasil yang optimal.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih kepada Dr. Ismi Puji Ruwaida, SP, MP dan Ir. Nazaruddin, MM selaku dosen pembimbing.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin AH, Saputri YS, Susilowati E, dan Suhartini D. 2023. *Target Costing as a Production Cost Control Tool. In Proceedings of International Conference on Economics Business and Government Challenges*. 6(1): 35-45.
- Anugerah EG, Wahyuni NI, dan Mas' ud I. 2017. Penerapan *Target Costing* dalam Pengelolaan Biaya Produksi untuk Optimalisasi Laba. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*. 4(1): 19-23.
- Arum IS. 2018. Analisis Nilai Tambah Dan Strategi Pengembangan Agroindustri Olahan Bawang Merah UD. Dua Putri Sholehah Di Kabupaten Probolinggo.
- Ayu DS, Suhendro S, dan Wijayanti A. 2022. Analisis Penerapan *Target Costing* dalam Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi Singleface pada PT. Hilal Gemilang Khair. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*: 10(1): 397-407. 10.37676/ekombis.v10i1.1476.
- Badan Pusat Statistik. 2021. Produksi Tanaman Sayuran. <https://www.bps.go.id/indicator/55/61/1/produksi-tanaman-sayuran.html>.
- Bustami B, Nurlaela. 2010. *Akuntansi Biaya* (Edisi 2). Mitra Wacana Media.
- Farid M, Salman KR. 2016. *Akuntansi Manajemen: Alat Pengukuran dan Pengambilan Keputusan Manajerial*. PT Indeks, Jakarta, Indonesia.
- Fauziah S, Utami SN, dan Khotimah K. 2023. Strategi Distribusi Produk Bawang Crispy di PT. Sinergi Brebes Inovatif. *Journal of Agribusiness and Community Development (AGRIVASI) UMUS*. 3(2): 275-280.
- Fitriyah F, Priminingtyas DN, dan Retnoningsih D. 2020. Penerapan *Target Costing* dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Keripik Apel di UD Ramayana Agro Mandiri Kota Batu Berdasarkan Sistem Penjualan Online dan Offline. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*. 4(1): 97-110. 10.21776/ub.jepa.2020.004.01.10.
- Haleem A, Javaid M, Asim M, Pratap R, dan Suman R. 2022. International Journal of Intelligent Networks Artificial intelligence applications for marketing: A literaturebased study. *International Journal of Intelligent Networks*. 3(7): 119-132. 10.1016/j.ijin.2022.08.005.
- Krismiaji, Aryani, dan Anni Y 2011, Akuntansi Manajemen Edisi Kedua. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Mulyadi. 2012. *Akuntansi Biaya Cetakan 11, Edisi 5*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Samryn LM. 2012. *Akuntansi Manajemen: Informasi Biaya Untuk Mengendalikan Aktivitas Operasi Dan Informasi*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri.
- Solekha A, Widiyanto A, dan Karunia A. 2020. Kajian Pengembangan Klaster Komoditas Bawang Merah Kantor Perwakilan Bank Indonesia Tegal. *Jurnal Riset Manajemen*. 7(1): 153-162. 10.32477/jrm.v7i2.200.
- Sujarweni W. 2015. *Akuntansi Biaya Teori dan Penerapannya*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Wibisono I. 2023. *Analisis Penerapan Target Costing Dalam Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi Pada Pabrik Bakso Mekarsari* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan).