

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis yang semakin ketat mengharuskan perusahaan untuk mengambil tindakan yang tepat agar dapat tetap bertahan dalam era perdagangan bebas. Oleh karena itu, untuk menjamin kelangsungan hidupnya perusahaan melaksanakan berbagai kebijakan untuk mencapai tujuan utamanya. Tujuan utama perusahaan secara umum, yaitu dengan mengefisienkan biaya produk untuk memaksimalkan laba melalui peningkatan penjualan produk. Perusahaan dituntut untuk dapat bersaing dengan menciptakan berbagai jenis produk maupun jasa yang pastinya berbeda dari para pesaingnya.

Cost atau biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dengan satuan yang dilakukan untuk memperoleh aktiva dan dapat memberikan manfaat ekonomis di masa yang mendatang, dan dikelompokkan sebagai harta (Sugianto:2007). Untuk jangka panjang, harga jual yang telah ditentukan harus dapat menutupi semua biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi produk atau dengan kata lain biaya turut menentukan harga jual. Biaya-biaya ini terdiri dari biaya produksi dan biaya non produksi. Biaya produksi yang telah dikeluarkan selama periode tertentu yang digunakan untuk menghasilkan suatu produk. Sedangkan, biaya non produksi merupakan biaya yang dikeluarkan diluar biaya produksi.

Salah satu cara agar perusahaan tetap bertahan dalam persaingan usaha yang semakin ketat ialah dengan efisiensi biaya produksinya. Efisiensi biaya yang dimaksud adalah tindakan menurunkan jumlah biaya yang dianggap tidak diperlukan, baik pada saat perusahaan melaksanakan produksi maupun pada saat tidak melaksanakan produksi maupun pada saat tidak melakukan produksi. Efisiensi biaya produksi perusahaan harus memperhatikan efektivitas produksi perusahaan, dengan harapan diperoleh keseimbangan antara efisiensi dan efektivitas produksi. Keseimbangan antara efisiensi dan efektivitas biaya produksi menjadi penting karena efisiensi yang dilakukan terhadap biaya produksi diharapkan agar tidak sampai mengganggu efektivitas produksi. Selain itu perusahaan juga dituntut untuk menentukan harga yang terbaik yang dapat dijankau oleh pelanggan namun harga tersebut juga dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Perusahaan yang ingin berkembang atau paling tidak bertahan hidup harus mampu menghasilkan produksi yang tinggi dengan kualitas yang baik. Hasil produksi yang tinggi akan tercapai apabila perusahaan memiliki efisiensi produksi yang tinggi. Akan tetapi untuk mencapai efisiensi produksi yang tinggi ini tidak mudah, karena banyak faktor yang mempengaruhinya, baik faktor internal maupun eksternal perusahaan.

Konsep target costing dirasa sangat sesuai diterapkan dengan situasi yang di hadapi perusahaan dalam dunia persaingan yang semakin ketat. Definisi target costing menurut Supriyono adalah “*Target costing* adalah sistem untuk mendukung proses pengurangan biaya dalam tahap pengembangan dan perencanaan produk model baru tertentu, perubahan model secara penuh atau perubahan model minor.”

(Supriyono, 2002: 152). Definisi lainnya adalah “*Target costing* adalah: “...target costing can be defined as a cost management tool for reducing the overall cost of a product over its entire life cycle with the help of the production, engineering, R&D, marketing, and accounting departments”. Jadi, penetapan target costing dapat ditetapkan sebagai peralatan manajemen biaya untuk mengurangi biaya produk secara keseluruhan lebih dari siklus hidup seluruhnya dengan bantuan produksi, teknik mesin, R&D, pemasaran, dan departemen akuntansi. (Reeve, 2000:385).

Target costing adalah metode perencanaan laba dan manajemen laba yang difokuskan pada produk dengan mempertimbangkan proses manufacturing sehingga target costing ini digunakan oleh perancang sebelum proses dan proses desain dilakukan untuk mencapai tujuan perbaikan usaha pada pengurangan biaya manufaktur produk di masa depan. *Target Costing* merupakan suatu sistem dimana penentuan harga pokok produk adalah sesuai dengan yang diinginkan (target) sebagai dasar penetapan harga jual produk yang akan memperoleh laba yang diinginkan, atau penentuan harga pokok sesuai dengan harga jual yang pelanggan rela membayarnya (Witjaksono, 2006 : 157).

Mengingat begitu pentingnya masalah *target costing*, maka hal ini perlu diperhatikan oleh perusahaan PT. X yang berlokasi di Bandung dalam menjalankan kegiatan produksi, maka perusahaan perlu menerapkan *target costing* dalam produksinya. Tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan dengan menerapkan *target costing* adalah untuk menentukan harga pokok produk sesuai dengan yang diinginkan (target) sebagai dasar penetapan harga jual produk untuk memperoleh laba yang diinginkan oleh perusahaan. PT. X merupakan anak perusahaan dari PT.

Congo Gallery and Café yang memproduksi mebel. PT. X memproduksi berbagai produk mebel seperti kursi, meja, tempat tidur, dan lemari yang terbuat dari *Stainless Steel* (baja tahan karat). PT. X merupakan perusahaan yang sedang berkembang dan memiliki pesaing yang signifikan. Oleh karena itu, agar perusahaan dapat bertahan dalam persaingan, maka perusahaan harus dapat merumuskan besarnya biaya produksi secara tepat agar dapat penentuan harga jual ini tidak tinggi tanpa mengurangi laba yang telah ditetapkan perusahaan yaitu dengan menggunakan strategi *target costing* melalui analisis *value engineering*. *Value engineering* (perekayasa nilai) merupakan suatu aktivitas yang diperlukan untuk menganalisa apakah komponen-komponen dalam suatu produk dapat dikurangi biayanya tanpa mengurangi fungsi atau kualitas produk yang bersangkutan. Perekayasa nilai bertujuan untuk mengurangi jumlah *drifting cost* sampai dapat menyamai atau bahkan kurang dari *allowable cost*.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih luas mengenai aplikasi *Target Costing*, dengan judul “**Analisis Penerapan Target Costing dalam Upaya Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi (Studi Kasus pada PT. X)**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian diatas, permasalahan-permasalahan yang perlu dibahas lebih lanjut terkait penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana perhitungan harga pokok penjualan mebel di PT. X saat ini?

2. Apakah penerapan *target costing* melalui *value engineering* dapat meningkatkan efisiensi biaya produksi pada PT.X?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah di uraikan sebelumnya maka melalui penelitian ini penulis berharap dapat menjawab permasalahan yang ada, yaitu:

1. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui proses perhitungan harga pokok penjualan mebel di PT. X.
2. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui apakah penerapan *target costing* melalui *value engineering* dapat meningkatkan efisiensi biaya produksi PT. X.

1.4 Kegunaan/Kontribusi Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna dan bermanfaat bagi:

a) Perusahaan

Melalui penelitian diharapkan dapat membantu perusahaan didalam proses penerapan *target costing* dalam upaya meningkatkan efisiensi biaya produksi. Tentunya hal tersebut dilakukan tanpa mengurangi kualitas produk yang dihasilkan sehingga akan semakin meningkatkan daya saing perusahaan.

b) Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian ini di harapkan dapat semakin mengasah kemampuan dan pengetahuan penulis dalam pemahaman mengenai penerapan *target costing* di perusahaan sebagai upaya meningkatkan efisiensi biaya produksi.

c) Bagi pihak lain

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai *Target Costing* dan memberikan gambaran mengenai penerapan *Target Costing* sebagai upaya meningkatkan efisiensi biaya produksi pada perusahaan secara nyata.