

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penerapan Standar Nasional Indonesia (SNI) menjadi langkah efektif untuk mendorong efisiensi produksi industri nasional. Efisiensi tersebut menjadi modal utama bagi peningkatan daya saing industri, baik di pasar lokal maupun internasional. Hal tersebut disampaikan Kepala Badan Standardisasi Nasional Bambang Prasetya dalam acara Bulan Mutu Nasional 2012 di Jakarta, Senin 12 November 2012. Dengan diterapkannya SNI, industri akan berusaha semaksimal mungkin untuk mengoptimalkan seluruh kemampuan sehingga biaya produksi bisa ditekan. Dari situ, akan tercipta produk berkualitas yang memiliki daya saing tinggi.

(<http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2012/11/12/18180179/Standardisasi.Dorong.Efisiensi.Produksi>, diakses tanggal 12 November 2012).

Cara terbaik bagi perusahaan agar laba dapat tercapai di tengah ketatnya persaingan yaitu dengan mengurangi biaya. Perusahaan membutuhkan suatu alat yang efektif untuk menekan biaya tanpa mengurangi lini produknya bagi konsumen. *Target costing* merupakan salah satu alat yang efektif untuk mengurangi biaya. Metode ini juga membentuk manajemen dalam menentukan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dengan menggunakan *target costing*, perusahaan menentukan biaya produk berdasarkan harga yang mampu dibeli konsumen. Biaya yang diperlukan untuk menghasilkan satu unit produk

tidak boleh melampaui harga pasar. Dengan demikian produk yang dihasilkan akan mampu bersaing dan perusahaan dapat memperoleh laba yang diharapkan (Himawan dan Pendajaya, 2005).

Target costing sendiri menurut Witjaksono (2006:157) mengemukakan bahwa *target costing* adalah suatu sistem dimana penentuan harga pokok produk adalah sesuai dengan yang diinginkan sebagai dasar penetapan harga jual produk yang akan memperoleh laba yang diinginkan, atau penentuan harga pokok sesuai dengan harga jual yang pelanggan rela membayarnya. Hansen Mowen (2006) menggambarkan peran target perhitungan biaya menjadi salah satu alat khusus yang berguna untuk mengurangi biaya. *Target costing* adalah suatu metode penentuan biaya produk atau jasa berdasarkan harga (harga target) dimana pelanggan bersedia membayarnya.

Adapun penelitian yang mendasari penelitian ini antara lain penelitian dari Gerungan (2013) tentang Pendekatan *Target Costing* Sebagai Alat Penilaian Efisiensi Produksi Pada PT. Tropica Cocoprime. Perusahaan ini merupakan perusahaan manufaktur, harus memperhatikan hal yang berkaitan dengan penentuan harga jual untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana pendekatan *target costing* dapat dijadikan sebagai alat penilaian efisiensi dalam proses produksi pada PT. Tropicana Cocoprime. Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa perbandingan total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan, menurut perusahaan dengan menurut *target costing*, diketahui lebih efisien menggunakan *target costing*. Dengan penerapan *target costing*, perusahaan dapat memperoleh penghematan biaya.

Malue (2013) melakukan penelitian dengan judul Analisis Penerapan *Target Costing* Sebagai Pengendalian Biaya Produksi Pada PT. Celebes Mina Pratama. Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan sistem pengendalian biaya yang selama ini digunakan perusahaan dengan metode *target costing*. PT Celebes Mina Pratama adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang perikanan yaitu mengenai pengolahan ikan kayu atau arohan bushi. Dengan adanya *target costing*, perusahaan dapat melakukan pengendalian atas biaya yang lebih baik jika dibandingkan dengan metode yang selama ini digunakan oleh perusahaan. Untuk itu sebaiknya perusahaan harus lebih meningkatkan pengawasan terhadap pengeluaran biaya-biaya produksi dan nonproduksi sehingga pengeluaran biaya perusahaan lebih efisien. Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa perbandingan biaya menurut perusahaan dengan *target costing* menunjukkan bahwa total *drifting cost* dari perusahaan lebih besar dibandingkan dengan total *drifting cost* dari *target costing*. Analisis ini menunjukkan bahwa penerapan *target costing* pada PT. Celebes Mina Pratama lebih efisien jika dibandingkan dengan yang dilakukan perusahaan selama ini, dimana dengan penerapan *target costing* perusahaan dapat melakukan penghematan biaya.

Himawan (2009) melakukan penelitian dengan judul Analisis Penerapan *Target Costing* Dalam Penetapan Harga Bandwidth Dedicated Untuk Mengoptimalkan Perencanaan Laba (Studi kasus pada PT Generasi Indonesia Digital). Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui penerapan *target costing* untuk produk *bandwidth dedicated* pada PT Generasi Indonesia Digital dan apakah penerapan *target costing* tersebut dapat

mengoptimalkan perencanaan laba perusahaan atau tidak. Hasil analisa dengan metode *target costing* dapat diterapkan pada produk *bandwidth dedicated* dan juga dapat mengoptimalkan perencanaan laba. Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa penerapan metode *target costing* melalui proses efisiensi biaya untuk *produk bandwidth dedicated* pada PT Generasi Indonesia Digital dapat dilakukan. Mulai dari menganalisa proses produksi, dilanjutkan dengan menganalisa harga pasar, pada tahapan ini dilakukan perbandingan antara harga GEN-ID dengan harga pesaing, perbedaan harga berkisar antara 2,5% sampai 15%, harga yang dimiliki GEN-ID ada pada rata-rata. Dengan penerapan *target costing* melalui efisiensi biaya, menyebabkan penurunan biaya produksi dan memungkinkan perusahaan untuk menetapkan biaya target yang lebih rendah daripada biaya yang diperkirakan akan terjadi. Setelah dilakukan efisiensi biaya menghasilkan *drifting cost* mencapai target, maka dalam penyusunan proyeksi laba/rugi perusahaan setelah *target costing* menghasilkan peningkatan laba.

Himawan dan Pandajaya (2005) melakukan penelitian dengan judul Penerapan Metode *Target Costing* Sebagai Alat Bantu Manajemen Dalam Mengoptimalkan Perencanaan Laba (Studi Kasus PT XYZ). Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana penerapan metode *target costing* dan pengaruhnya terhadap perencanaan laba usaha pada PT. XYZ. Dalam menganalisis masalah, penulis menelusuri tahapan pelaksanaan *target costing*. Tahapan dimulai dengan melakukan penelitian pasar. Hasil dari penelitian pasar akan menjadi pedoman dalam penentuan karakteristik produk. Tahapan selanjutnya yaitu menghitung *target cost* dan *drifting cost* yang nantinya akan dibandingkan untuk melihat apakah *drifting cost* dapat mencapai *target cost*.

Kemudian proses *value engineering* dilakukan untuk mengupayakan pengurangan biaya. Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa penerapan metode *target costing* melalui proses *value engineering* dapat mengurangi biaya pada PT. XYZ. Berdasarkan penelusuran sepuluh pertanyaan tentang produk motor x diperoleh informasi yang membantu perusahaan untuk mengurangi biaya produknya. Pengurangan biaya dilakukan dengan cara mengurangi berat produk, jumlah bahan baku, jam kerja langsung dan tingkat kerumitan. Penerapan metode *target costing* melalui proses *value engineering* dapat mengoptimalkan perencanaan laba usaha PT. XYZ.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Alise (2013) dengan judul Analisis Perbandingan Harga Pokok Produksi Menggunakan *Traditional Costing* Dan *Target Costing* (studi Kasus pada perusahaan Manufaktur Kelom Geulis Sheny Tasikmalaya). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Bagaimana harga pokok produksi metode *traditional costing* dan metode *target costing* pada perusahaan Kelom Geulis Sheny Tasikmalaya. (2) Bagaimana gambaran tentang konsep *target costing* yang akan menghasilkan perhitungan harga pokok produksi dengan lebih efisiensi. (3) Bagaimana perbedaan yang terjadi antara harga pokok produksi metode *traditional costing* dan harga pokok produksi metode *target costing*. Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara harga pokok produksi menggunakan perhitungan metode *tradisional costing* dan metode *target costing* dan dapat disimpulkan bahwa metode *target costing* menghasilkan harga pokok produksi yang lebih efisiensi.

CV. Astha Asiti adalah perusahaan yang bergerak di bidang *textile* yang berlokasi jalan cikutra baru 5 No. 1 Bandung. Menurut pengamatan penulis perusahaan belum menerapkan metode *target costing*. Oleh karena itu, agar perusahaan dapat bertahan dalam persaingan, maka perusahaan harus dapat merumuskan besarnya biaya produksi secara tepat agar penentuan harga jual tidak terlalu tinggi tanpa mengurangi laba yang telah ditetapkan perusahaan yaitu dengan menerapkan strategi *target costing*.

Peneliti tertarik terhadap topik ini karena dengan menerapkan metode *target costing* perusahaan dapat lebih mengontrol biaya dan menentukan biaya produknya berdasarkan harga yang mampu dibeli konsumen. Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik dalam memilih penelitian ini yang berjudul “ANALISIS PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM RANGKA PENETAPAN HARGA JUAL DAN EFISIENSI BIAYA PRODUKSI PADA CV. ASTHA ASITI”.

1.2 Identifikasi Masalah

- a. Bagaimana penentuan harga jual pada CV. Astha Asiti?
- b. Bagaimana peranan *target costing* sebagai alat penentu efisiensi biaya produksi pada CV. Astha Asiti?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

- a. Mengetahui dan memahami penentuan harga jual di CV. Ashta Asiti.
- b. Mengetahui dan memahami peranan *target costing* sebagai alat penentu efisiensi biaya produksi CV. Astha Asiti.

1.4 Kegunaan Penelitian

Sedangkan kegunaan penulisan skripsi ini adalah :

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan informasi yang berguna bagi pihak perusahaan CV. Astha Asiti dalam menerapkan *target costing* dalam upaya penentuan harga jual yang disesuaikan dengan pengeluaran-pengeluaran biaya yang telah dikeluarkan dalam produksi.

2. Bagi Akademik

Sebagai bahan referensi dalam penelitian selanjutnya yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

3. Bagi Penulis

Sebagai wadah untuk mengaplikasi dan dapat memberikan manfaat bagi penulis dengan memperoleh pengetahuan yang lebih mendalam mengenai *target costing*.