

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada saat ini, kerupuk dapat ditemukan di berbagai tempat, mulai dari pasar hingga rumah makan bahkan swalayan pun ikut menjual kerupuk. Perkembangan kerupuk pun semakin beragam mulai dari kerupuk aci, kerupuk udang, kerupuk pasir, kerupuk pelangi (*rainbow*), dll. Kerupuk ini tidak hanya berfungsi menjadi teman makan akan tetapi kerupuk saat ini dijadikan sebagai teman bersantai atau cemilan.

Banyak industri kerupuk yang dapat kita jumpai saat ini, baik di kota-kota besar maupun di desa-desa. Tetapi dalam pengerjaannya masih menggunakan cara-cara manual dan di kerjakan di rumah mereka sendiri. Tetapi industri pembuatan kerupuk yang peneliti ambil adalah sebuah pabrik bukan pembuatan kerupuk di rumah mereka. Pabrik kerupuk ini telah berdiri sejak tahun 1990, dan pabrik ini pun mengalami peningkatan dan juga penurunan di dalam mendistribusikan kerupuk kepada pasar. Dan juga pabrik kerupuk ini harus bersaing dengan para pesaingnya dalam hal harga jual.

Banyak perusahaan yang ingin mencapai tujuan, yaitu berupa laba bagi perusahaan itu tersendiri tidak terkecuali juga dengan pabrik kerupuk ini. Pabrik ini ingin memperoleh laba atau keuntungan melalui menargetkan kos (*target costing*) dan juga dalam penetapan harga jual. Dengan menerapkan *target costing*, pabrik dapat membatasi biaya yang seharusnya dikeluarkan agar tidak melebihi biaya yang

sudah ditargetkan. Dan dengan menetapkan harga jual, pabrik ini dapat bersaing dengan para pesaingnya sehingga pabrik ini memperoleh banyak pelanggan.

*Target costing* sendiri menurut Mulyadi (2001:36) adalah sebuah sistem akuntansi biaya yang menyediakan informasi bagi manajemen untuk memungkinkan manajemen memantau kemajuan yang dicapai dalam pengurangan biaya produk menuju *target cost* yang telah ditetapkan. Sedangkan *target costing* menurut Kaplan dan Atkinson (1998:224) menyatakan *target costing is a cost management tool that planner during product and design process to drive improvement effort aimed at reducing the product's future manufacturing cost*. *Target costing* ini sangat berguna bagi perusahaan dalam menjalankan kegiatannya, karena tujuan dari *target costing* ini sendiri adalah untuk merancang biaya produk pada tahap perencanaan daripada mencoba untuk mengurangi biaya selama tahap manufaktur. *Target costing* juga membantu dalam pembelian bahan baku untuk membuat kerupuk, biaya proses pembuatan kerupuk dan biaya untuk pengiriman agar tidak melebihi batas maksimum biaya yang telah ditargetkan sebelumnya sehingga tidak akan membuat kerugian bagi perusahaan itu sendiri.

Setelah menargetkan biaya untuk pembelian bahan baku kerupuk, pembuatan kerupuk dan pengiriman, pabrik kerupuk Sari-Sari ini menetapkan harga jual untuk dipasarkan atau didistribusikan kepada pasar. Hansen dan Mowen (2001:633) menyatakan bahwa harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan. Dengan adanya penetapan harga jual maka pabrik kerupuk Sari-Sari ini akan lebih mudah untuk mendistribusikan kepada pasar.

Dengan harga jual yang telah ditetapkan sebelumnya oleh pabrik kerupuk Sari-Sari dan pelanggan yang selalu membeli kerupuk Sari-Sari ini mengakibatkan pabrik kerupuk Sari-Sari mendapatkan *profit* (laba). Harahap (2004:304) mengemukakan bahwa profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal jumlah karyawan, jumlah cadangan, dan sebagainya.

Adapun penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan *target costing* dan penetapan harga jual adalah penelitian yang dilakukan oleh Silitonga (2009) yang meneliti tentang pengaruh *target costing* terhadap profitabilitas penjualan rumah dan hasilnya *target costing* mempengaruhi profitabilitas yang artinya *target costing* ini merupakan estimasi biaya yang dilakukan perusahaan berdasarkan harga jual yang ditargetkan untuk memperoleh laba yang diharapkan pada setiap penjualan. Melalui *target costing* ini, perusahaan mempunyai tolak ukur dalam mengendalikan pengeluaran biaya produksi dan laba yang ditargetkan. Sehingga biaya aktual yang dikeluarkan tidak melebihi biaya yang telah ditargetkan, dengan penargetan biaya dan di bantu oleh penetapan harga jual maka laba yang diharapkan dapat diperoleh. Selain pengaruh *target costing* terhadap profitabilitas, adapula pengaruh penetapan harga jual terhadap profitabilitas, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Ekaterina. O. K (2008) mengenai analisis pengaruh harga jual produk terhadap profitabilitas perusahaan pada PT Mega Eltra (Persero) cabang Medan dan simpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah penetapan harga jual produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas. Karena tinggi rendahnya harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan tidak terlalu berfungsi jika tidak ada aktivitas dari perusahaan itu sendiri. Sedangkan profitabilitas suatu perusahaan dilihat dari setiap

aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Serdyatik (2006) mengenai analisis pengaruh harga jual terhadap volume penjualan dan profitabilitas dan hasilnya mengatakan bahwa harga jual tidak terlalu berpengaruh terhadap profitabilitas melainkan harga jual lebih berpengaruh terhadap volume penjualan. Hal ini karena harga jual rendah maka volume penjualan akan meningkat, dan sebaliknya tetapi jika harga jual rendah profitabilitas belum tentu meningkat. Penetapan harga jual dipengaruhi oleh *customers*, *competitors*, dan *costs*. Jika menetapkan harga jual dengan tidak memperhatikan tiga hal tersebut, maka para konsumen akan beralih pada pesaing-pesaing.

Hansen dan Mowen (2009:361) menjelaskan tentang peranan perhitungan *target costing* menjadi salah satu alat khusus yang berguna untuk pembuatan tujuan penurunan biaya. *Target costing* adalah perbedaan antara harga penjualan yang dibutuhkan untuk menangkap pangsa pasar yang telah ditentukan terlebih dahulu dan laba per unit yang diinginkan perusahaan. Menurut Kismono (2001:47) tujuan dari penetapan harga bagi perusahaan adalah untuk mempertahankan kelangsungan operasi perusahaan, merebut pangsa pasar, mengejar keuntungan, mendapatkan *return on investment (ROI)* atau pengembalian modal dan untuk mempertahankan *status quo*. *Target costing* ini penting bagi sebuah perusahaan, begitu pula dengan pabrik kerupuk Sari-Sari. Dimana dalam menjalankan aktivitasnya, pabrik ini perlu menerapkan *target costing* agar biaya aktual tidak melebihi dari biaya yang telah ditetapkan serta dapat meningkatkan profitabilitas pabrik dan menetapkan harga jual agar dapat memperoleh laba yang diharapkan serta dapat meningkatkan profitabilitas.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Peranan *Target Costing* dan Penetapan Harga Jual dalam Profitabilitas Pabrik Kerupuk Sari-sari.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, adapun identifikasi masalah yang ingin diketahui oleh penulis, yaitu:

1. Bagaimana peran *target costing* dalam profitabilitas pabrik kerupuk Sari-Sari?
2. Bagaimana penetapan harga jual berperan pada profitabilitas pabrik kerupuk Sari-Sari?

## **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan yang bertujuan untuk:

1. Mengetahui dan memahami peran *target costing* pada profitabilitas pabrik kerupuk Sari-Sari sehingga pengeluaran biaya sesuai dengan biaya yang telah ditargetkan agar dapat meningkatkan profitabilitas.
2. Mengetahui dan memahami peran harga jual pada profitabilitas pabrik kerupuk Sari-Sari agar dapat menjadi patokan pabrik dalam menetapkan harga jual.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Dengan penelitian ini diharapkan dapat diperoleh banyak manfaat bagi pihak-pihak sebagai berikut :

1. **Bagi perusahaan (bagian keuangan)**, agar dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam menargetkan biaya dan menetapkan harga jualnya.
2. **Bagi peneliti-peneliti selanjutnya**, agar hasil penelitian ini dapat bermanfaat dalam memberikan tambahan wawasan dan dapat digunakan sebagai bahan informasi, bahan pertimbangan dan perbandingan untuk penelitian lebih lanjut. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi dan masukan untuk penelitian selanjutnya mengenai peranan *target costing* pada profitabilitas dan peranan penetapan harga jual pada profitabilitas, serta memberikan referensi untuk objek penelitian, bahwa objek penelitian tidak hanya dilakukan pada perusahaan-perusahaan melainkan dapat dilakukan pada pabrik-pabrik.