

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan yang semakin kompetitif terjadi di semua lini usaha dalam era perdagangan bebas. Seiring dengan kondisi tersebut, setiap perusahaan dituntut memiliki keunggulan sendiri agar dapat bersaing dan tetap bertahan dalam mencapai tujuan perusahaan. Oleh karena itu, manajer perusahaan dituntut untuk berhati-hati dalam pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan ini dapat berpengaruh pada kemajuan atau kemunduran perusahaan.

Hal ini merupakan tantangan utama bagi akuntan manajemen, yaitu memberikan informasi bagi perusahaan untuk membantu pengambilan keputusan dalam meningkatkan keunggulan kompetitif. Salah satunya adalah dengan mengembangkan teknik-teknik akuntansi manajemen dalam praktik-praktik manajerial perusahaan. Untuk mencapai kualitas informasi yang diharapkan, setiap akuntan manajemen harus mengembangkan keahlian yang dimilikinya dengan baik dan tanggap akan perubahan lingkungan yang semakin berkembang.

Agar dapat membantu manajemen dalam pengambilan keputusan, maka akuntan manajemen perlu mengikuti dan memahami aktivitas dari masing-masing fungsi manajemennya, salah satunya adalah penentuan harga jual. Dimana harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan diharapkan mampu bersaing di pasaran. Penentuan harga jual yang dapat bersaing bukanlah hal yang mudah dilakukan. Harga jual yang terlalu tinggi akan mengakibatkan kalah dalam persaingan, sedangkan harga jual terlalu rendah

mengakibatkan tidak tercapainya tujuan perusahaan. Salah satu tujuan perusahaan adalah memperoleh laba.

Biaya merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi laba dan merupakan unsur penting dalam menjamin kemenangan perusahaan dalam melakukan persaingan di pasar. Bagi perusahaan manufaktur, perencanaan biaya harus lebih strategis karena merupakan dasar untuk menentukan harga jual produk di perusahaan. Persoalan pokok yang dihadapi perusahaan adalah bagaimana membuat produk dengan harga jual yang bersaing tetapi masih biasa mendapatkan margin keuntungan yang diharapkan tanpa mengurangi kualitas dan nilai yang akan diserahkan kepada pelanggan.

Dalam jangka panjang harga jual produk yang ditetapkan harus mampu menutupi biaya-biaya dan pengeluaran selama proses produksi, dan memperoleh laba yang diharapkan. Akan tetapi, penentuan harga jual berdasarkan besarnya biaya yang dikeluarkan tidak dapat bertahan dalam kondisi persaingan saat ini. Hal ini dikarenakan manajemen perusahaan terlebih dahulu menentukan besarnya biaya yang dikeluarkan selama proses produksi, sehingga harga jual ditentukan oleh biaya yang dikeluarkan. Dengan kata lain biaya menentukan harga jual.

Untuk membantu perusahaan mengatasi hal tersebut, maka penulis memperkenalkan sistem pengendalian biaya total dengan kalkulasi biaya target yang dikenal sebagai *target costing*. *Target costing* merupakan sebuah perubahan terhadap pola pikir selama ini, serta merupakan kunci jangka panjang bagi kelangsungan hidup, pertumbuhan dan kemakmuran suatu perusahaan dalam lingkungan yang kompetitif. Pola pikir tersebut adalah pengerjaan terbalik yaitu dari penentuan harga jual baru menentukan biaya. Metode ini merupakan perencanaan laba dan manajemen laba yang

difokuskan pada produk dengan mempertimbangkan proses *manufacturing*. *Target costing* ini digunakan oleh perancang sebelum proses produksi dan proses desain dilakukan untuk mencapai tujuan perbaikan usaha pada pengurangan biaya manufaktur produk di masa depan.

Pendekatan perhitungan *target costing* ini dikembangkan berdasarkan atas dua karakteristik penting sebagaimana dikemukakan oleh Garrison, Noreen , dan Brewer (2006 : 542) “yaitu pasar dan biaya”. Pertama adalah perusahaan tidak dapat mengendalikan harga, tetapi pasarlah yang menentukan harga (*market price*). Kedua adalah sebagian besar biaya produk ditentukan pada tahap desain. Kesempatan mengurangi biaya tersebut seperti dieliminasinya pemborosan dan dimimumkannya pemborosan; pemakaian bahan baku, persediaan bahan baku, proses pengemasan, proses pengepakan, serta pemborosan tenaga kerja, dan pemborosan transportasi.

Mengingat begitu pentingnya masalah *target costing*, maka hal ini perlu diperhatikan oleh PT Kembar Sehat, dimana perusahaan ini memproduksi air minum dalam kemasan. Industri Air Minum Dalam Kemasan atau biasa disebut AMDK, merupakan industri yang sudah lama berjalan pada dunia bisnis di Indonesia. Melihat insutri AMDK memang sudah penuh dengan pemain mulai dari pemain skala kecil hingga skala besar, PT Kembar Sehat berusaha menghasilkan produk dengan kualitas terbaik dan dengan harga yang bersaing. Untuk mencapai tujuan perusahaan dilakukan pembentukan sebuah tim untuk membantu pengembangan produk yang bertanggungjawab merancang produk dengan biaya yang tidak melebihi target biaya yang telah dihitung oleh perusahaan. Dengan menggunakan pendekatan *target costing* diharapkan mampu menghasilkan produk yang berkualitas dan harga yang dapat bersaing

tetapi juga tetap dapat menghasilkan keuntungan atau laba sesuai dengan yang diharapkan.

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis mencoba mengimplementasikan *target costing* dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam dunia bisnis. Oleh karenanya penulis mengambil judul sebagai berikut: "Analisis Pendekatan *Target Costing* Dalam Usaha Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi pada PT Kembar Sehat".

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disajikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana perhitungan harga jual pada PT Kembar Sehat saat ini?
2. Apakah pendekatan *value engineering* (salah satu alat dari *target costing*) dapat meningkatkan efisiensi biaya produksi pada PT. Kembar Sehat?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang penulis lakukan adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana perhitungan *target costing* dalam menentukan biaya produksi PT Kembar Sehat.
2. Untuk mengetahui apakah pendekatan *value engineering* dapat meningkatkan efisiensi produksi PT Kembar Sehat.

1.4 Manfaat Penelitian

Sedangkan manfaat penulisan skripsi ini antara lain:

1. Bagi Perusahaan

Sebagai alternatif dan sumbangan pemikiran bagi PT Kembar Sehat dengan menerapkan *target costing* dalam upaya peningkatan efisiensi biaya produksi.

2. Bagi Akademik

Sebagai bahan referensi dalam penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pokok bahasan ini.

3. Bagi Penulis

Sebagai wadah untuk mengaplikasikan pengalaman ilmu yang diperoleh saat perkuliahan.