

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis yang semakin ketat mengharuskan perusahaan untuk mengambil tindakan yang tepat agar dapat tetap bertahan dalam dunia bisnis zaman sekarang (*sumber: Kompas 13 Juli 2011*). Oleh karena itu, untuk menjamin kelangsungan hidupnya perusahaan melaksanakan berbagai kebijaksanaan untuk mencapai tujuan utamanya. Tujuan utama perusahaan secara umum, yaitu dengan mengefisienkan biaya produk untuk memaksimalkan laba melalui peningkatan penjualan produk.

Selain masalah persaingan bisnis yang ketat, terdapat pula masalah lain yaitu terjadinya proses globalisasi. Globalisasi membuat segala sesuatu mendunia termasuk dunia bisnis, persaingan dalam dunia bisnis tidak hanya dalam satu negara saja tetapi persaingan bisnis antara berbagai negara. Dalam era globalisasi semakin banyak perusahaan yang membuka bisnis dalam bidang yang sama (*contoh: dalam industri pakaian dan makanan*), sehingga suatu perusahaan dituntut harus mampu menyajikan setiap proses yang lebih baik untuk menghasilkan barang atau jasa yang memiliki efisiensi harga yang baik.

Dalam era globalisasi ini perusahaan yang ingin berkembang atau paling tidak bertahan dalam dunia bisnis maka harus mampu

menghasilkan produk berkualitas baik dengan harga yang terjangkau oleh konsumen. Jika perusahaan ingin menghasilkan produk berkualitas dengan harga terjangkau maka perusahaan tersebut harus mengefisiensikan biaya produk. Perusahaan tidak mudah mengefisiensikan biaya produk karena banyak faktor yang mempengaruhinya, baik faktor internal maupun eksternal perusahaan. Faktor-faktor tersebut antara lain tenaga kerja, bahan baku, mesin, metode produksi dan pasar.

Perusahaan harus dapat menciptakan suatu produk baik barang maupun jasa yang harganya lebih rendah atau paling tidak sama dengan harga yang ditawarkan para pesaingnya agar dapat bersaing dengan pasar zaman sekarang. Untuk dapat memperoleh produk seperti itu, perusahaan harus berusaha mengurangi biaya yang harus dikeluarkan pada proses produksinya. Salah satu metode yang digunakan adalah *target costing*. Konsep *target costing* sangat sesuai dengan meningkatnya persaingan serta tingkat penawaran yang jauh melampaui tingkat permintaan, maka kekuatan pasar memberi pengaruh yang semakin besar terhadap tingkat harga. Untuk itulah diperlukan *target costing* untuk dapat mencapai tujuan perusahaan dalam rangka pengurangan biaya yang pada akhirnya akan membawa dampak terhadap tingkat harga yang kompetitif.

Target costing merupakan penentuan biaya yang diharapkan untuk suatu produk berdasarkan harga yang *competitive*, sehingga produk tersebut akan memperoleh laba yang diharapkan. *Target Costing* menentukan biaya berdasarkan harga yang kompetitif, sehingga jika

menggunakan *target costing* harus sering mengadopsi ukuran-ukuran penurunan biaya yang ketat atau merancang ulang produk atau proses produksi agar dapat memenuhi harga yang ditentukan pasar tetapi tetap dapatkan laba. Ada 5 tahap pengimplementasian pendekatan *target costing* yaitu:

1. Menentukan harga pasar kompetitif
2. Menentukan laba yang diharapkan
3. Menghitung target biaya pada harga pasar dikurangi laba yang diharapkan
4. Gunakan rekayasa nilai (*value*) untuk mengidentifikasi cara-cara yang dapat digunakan agar terjadi penurunan biaya produksi
5. Estimasi Biaya setelah rekayasa nilai
6. Aktivitas-aktivitas untuk mencapai biaya target → *Keizen Costing/ Genkakaizen*

Untuk dapat mencapai *target costing* perusahaan harus melakukan *value engineering* yaitu mengevaluasi seluruh aspek dari fungsi bisnis perusahaan dengan tujuan mengurangi biaya dan memenuhi keinginan konsumen. *Value Engineering* dapat dilakukan dengan menghilangkan aktivitas yang tidak memberikan nilai tambah pada produk (*non value added activities*), mengganti desain produk, dan mengganti bahan baku yang dipakai. Melalui *target costing* perusahaan dapat mengetahui sejauh mana biaya dapat diefisiensikan sehingga dapat menentukan harga jual produk.

Dengan melihat latar belakang tersebut maka perusahaan sebaiknya melakukan *target costing* untuk menghasilkan produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau sehingga dapat bersaing dengan perusahaan lain tetapi tetap dapat menghasilkan keuntungan atau laba sesuai dengan yang diharapkan. Atas dasar uraian di atas penulis mencoba menerapkan *target costing* dalam dunia bisnis zaman sekarang. Oleh karenanya penulis mengambil judul sebagai berikut: **“PERANAN TARGET COSTING DALAM MENINGKATKAN EFISIENSI BIAYA PRODUK”**

1.2 Identifikasi Masalah

Persaingan yang semakin ketat yang dihadapi perusahaan yang bergerak di bidang industri pakaian mendorong perusahaan untuk menghasilkan jenis produk yang diminati dengan harga yang bisa diterima oleh pasar, dapat menutup semua biaya yang dikeluarkan perusahaan agar dapat bersaing dalam hal harga sehingga perusahaan mampu beroperasi efisien.

Karena hal tersebut maka dalam skripsi ini penulis tertarik untuk mengadakan penelitian untuk membahas masalah – masalah sebagai berikut

- : 1. Apakah perusahaan sudah menerapkan *Target Costing*?
2. Bagaimana perusahaan mengefisienkan biaya produk?
3. Bagaimana peranan *target costing* dalam meningkatkan efisiensi biaya produk?

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis mengidentifikasi pokok pembahasan masalah adalah "*Bagaimana Peranan Target Costing dalam meningkatkan efisiensi biaya produk?*"

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui tentang peranan *target costing* dalam meningkatkan efisiensi biaya produk dalam perusahaan. Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengidentifikasi cara perusahaan mengefisienkan biaya produksi.
2. Mengetahui peranan *target costing* dalam meningkatkan efisiensi biaya produk.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan sangat bermanfaat dalam menambah pengetahuan penulis tentang semua kegiatan di perusahaan terutama dalam upaya untuk mengefisienkan biaya produk dengan menggunakan *target costing*.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu pertimbangan bagi perusahaan dalam memecahkan masalah yang dihadapi

manajemen perusahaan saat ini dengan menerapkan *target costing* untuk meningkatkan efisiensi biaya produk.

3. Bagi Pihak ketiga

Penelitian ini dapat memberikan suatu tambahan pengetahuan dan dapat dijadikan bahan referensi khususnya bagi pihak-pihak yang mengkaji topik-topik yang berkaitan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini