

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di era globalisasi, saat ini persaingan yang sangat ketat telah terjadi di semua lini usaha dalam era perdagangan bebas. Sejalan dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi saat ini, jenis-jenis produk maupun jasa yang ditawarkan pun semakin beragam, sehingga persaingan di pasar pun semakin ketat. Hal ini dapat mengakibatkan dampak positif dan negatif bagi Indonesia. Adapun dampak positif yaitu dapat memberikan peluang bagi warga Indonesia untuk mengeksport produknya dengan luas. Sedangkan dampak negatifnya yaitu adanya persaingan yang terjadi antara pelaku bisnis, dan adanya para pelaku bisnis dari luar negeri yang semakin bebas memasarkan produknya di Indonesia. Hal tersebut menuntut manajemen perusahaan agar dapat segera mencari solusi dengan memilih berbagai alternatif dan kebijakan mengenai bagaimana produk yang dipasarkan dapat tetap bersaing di pasaran.

Perusahaan yang ingin berkembang dan bertahan hidup harus mampu menghasilkan produksi yang tinggi dengan kualitas yang baik. Suatu perusahaan dituntut agar dapat menciptakan suatu inovasi produk yang baik, dan harganya pun lebih rendah atau paling tidak sama dengan harga yang ditawarkan oleh para pesaingnya. Untuk menghasilkan produk yang seperti itu, perusahaan harus berusaha sebisa mungkin mengurangi biaya yang harus dikeluarkan pada proses produksinya. Perusahaan yang ingin terus bertahan dan berkembang harus mampu menghasilkan produk yang berkualitas baik. Untuk itu perusahaan harus dapat menemukan dan membuat suatu inovasi baru untuk dijual menurut (Pratiwi, 2022).

Perusahaan dituntut untuk lebih efisien dalam menghasilkan produk dan jasa. Produksi adalah kegiatan menciptakan suatu benda atau memberinya nilai untuk memenuhi suatu kebutuhan. Namun persaingan dalam menjual produk dan jasa cenderung meningkat, sehingga banyak pengusaha yang menggunakan berbagai strategi dalam menjual produk dan jasa agar konsumen tertarik untuk membeli produk dan jasa yang dijual. Pengusaha perlu menyusun strategi yang tepat agar perusahaannya dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas kerja serta tetap kompetitif dalam persaingan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempunyai perencanaan yang baik dalam menjalankan usahanya agar dapat memikirkan risiko-risiko yang timbul dalam menjalankan usahanya. Untuk mengatasi keadaan tersebut, manajemen perusahaan harus memiliki perencanaan yang baik.

Perusahaan harus memiliki kemampuan untuk menentukan biaya produksi yang jelas sesuai dengan tujuan mereka. Tujuannya adalah untuk menetapkan harga jual produk sesuai dengan harga jual kompetitif. Harga jual yang terlalu mahal akan mencegah perusahaan bersaing, dan harga jual yang terlalu murah juga akan mencegah perusahaan mendapatkan laba yang diinginkannya. Perusahaan dapat mengelola biaya produksi dengan efektif dengan menggunakan target biaya yang jelas. Ini memungkinkan pemilik untuk merancang produk yang dapat dibuat dengan menekan biaya produksi agar tidak lebih besar dari target biaya yang ditetapkan perusahaan. Dengan menggunakan target biaya, perusahaan dapat mengurangi biaya produksi dan meningkatkan laba yang diharapkan (Gerungai, 2022).

Perusahaan juga harus memahami dan mematuhi seluruh aktivitas seluruh fungsi manajemen internal, termasuk penentuan harga jual produk manufaktur. Menetapkan harga jual bukanlah hal yang mudah bagi perusahaan saat ini. Ketatnya persaingan yang ada saat ini membuat pelaku ekonomi kesulitan dalam menetapkan harga jual. Oleh karena itu salah satu cara yang dapat digunakan oleh UD Beton yaitu dengan cara meminimalisir biaya dan untuk menentukan harga jual yang kompetitif yaitu menggunakan metode target costing. Target Costing adalah alat manajemen biaya yang telah ada sejak tahun 1970. Banyak perusahaan Jepang menggunakan target costing untuk memotivasi desain produk dengan memilih desain yang dapat diproduksi dengan harga lebih rendah menurut (Darmayasa, 2019).

Untuk dapat lebih efisien dalam mengelola biaya produksi maka perusahaan membutuhkan metode perhitungan biaya produksi yaitu dengan menerapkan metode Target Costing. Target costing menurut (Ayu et al., 2022) merupakan sistem akuntansi biaya yang secara efektif dapat digunakan oleh manajemen untuk mengelola biaya pada tahap desain dan pengembangan produk dan diperlukan adanya riset lapangan. Target costing merupakan sistem akuntansi biaya yang secara efektif dapat digunakan oleh manajemen untuk mengelola biaya pada tahap desain dan pengembangan produk dan diperlukan adanya riset lapangan. Kelebihan target costing sangat bagus diterapkan pada produksi barang yang memiliki tingkat kompetisi yang sangat tinggi di pasaran sedangkan Kelemahan Target costing adalah lamanya yang dibutuhkan untuk melakukan riset dan perancangan produk yang jika tidak dilakukan dengan *time table* yang ketat, bisa keteteran dalam menghadapi laju perubahan *time value money* dan inflasi dalam jangka panjang. Proses yang panjang ini otomatis memakan waktu dan tenaga yang besar menurut (Simanjuntak & Doloksaribu, 2021).

UD Beton merupakan sebuah Usaha Kecil Menengah yang berdiri dari tahun 2006. UD Beton ini bergerak pada bidang manufaktur pembuatan material bangunan berbahan dasar pasir dan semen. UD Beton ini dimiliki oleh Bapak Khairun yang bertempat di kecamatan Puger desa Mojosari. Berdasarkan wawancara pendahuluan dengan bapak Khairun diketahui bahwasannya UD Beton masih belum menerapkan metode target costing dalam perhitungan untuk menentukan harga jual. Metode yang digunakan oleh UD Beton masih sangat sederhana (*traditional costing*) dikarenakan keterbatasan pengetahuan terkait perhitungan menggunakan metode target costing. Yaitu dengan cara menghitung biaya produksi dikalikan dengan laba yang diinginkan, kemudian hasilnya dibagi dengan jumlah produk yang telah dihasilkan oleh UD Beton. Perhitungan biaya yang sederhana ini memerlukan perbaikan, karena masih terdapat biaya-biaya lain yang harus diperhitungkan ke dalam biaya produksi yaitu biaya overhead pabrik, sehingga mengakibatkan kurang terperinci biaya pada produksi usaha UD Beton ini. Berdasarkan wawancara dengan pemilik usaha ini bahwasannya laba atau keuntungan yang dihasilkan UD Beton masih belum memenuhi target yang diinginkan. Hal tersebut kemungkinan disebabkan oleh perhitungan biaya produksi yang belum tepat.

Maka dari itu UD Beton perlu mengubah metode-metode dan konsep perhitungan yang mereka gunakan agar dapat terus bertahan dalam kondisi saat ini. Dalam pengendalian biaya, metode target costing dapat menjadi bagian penting dari penetapan harga pada UD Beton karena perusahaan dapat menghasilkan keuntungan yang diharapkan. Sehingga dalam pengembangan usahanya tidak mengalami pemborosan biaya yang berlebihan.

Berdasarkan uraian diatas bahwasannya UD Beton membutuhkan perhitungan menggunakan metode target costing. Oleh karena itu peneliti tertarik mengambil judul **“Analisis Penerapan Metode Target Costing dalam Pengendalian Biaya Produksi untuk Pencapaian Target Laba (Studi Kasus Pada UD. Beton Puger - Jember)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka terdapat beberapa masalah yang harus dibahas yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan metode Target Costing dalam mengendalikan biaya produksi agar dapat tercapai target laba yang diinginkan ?
2. Apakah dengan menerapkan metode Target Costing dalam mengendalikan biaya produksi dapat meningkatkan target laba pada UD. Beton ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang peneliti rumuskan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui penerapan metode Target Costing terhadap pengendalian biaya produksi untuk meningkatkan laba pada UD Beton.
2. Untuk mengetahui apakah metode Target Costing mampu mengendalikan biaya produksi dan dapat meningkatkan target laba pada UD Beton.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis
  - a. Memberikan inspirasi dan kesempatan bagi penulis dalam menerapkan teori-teori yang telah dipelajari selama ini dan untuk meningkatkan pengetahuan tentang penelitian dan meningkatkan pemahaman tentang metode target costing.
2. Manfaat Praktis
  - a. Memberikan informasi kepada perusahaan mengenai konsep produksi yang efisien.
  - b. Dapat membantu perusahaan mengurangi biaya produksi selama produk dan meningkatkan laba perusahaan.
3. Untuk Peneliti, diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah wawasan ilmu dalam proses produksi barang dan jasa serta lebih mengetahui manfaat dari penerapan metode target costing.