

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Persaingan perdagangan saat ini sangat keras dan ketat karena sekarang banyak sekali perusahaan yang bersaing untuk menjual hasil produksinya. Untuk menghadapi persaingan usaha yang semakin keras dan ketat, perusahaan barang atau jasa dituntut agar dapat memiliki kemampuan untuk tetap bertahan dalam memproduksi. Masalah yang sering dihadapi oleh perusahaan adalah proses pembiayaan. Tetapi perusahaan harus mengetahui bagaimana proses pembiayaan yang akurat dan tepat sehingga dapat meningkatkan efisiensi terhadap biaya produksi. Efisiensi biaya ini sendiri adalah biaya yang tidak diperlukan pada saat kita memproduksi maupun tidak memproduksi. Hasil produksi yang tinggi akan tercapai apabila perusahaan memiliki efisiensi produksi yang tinggi. Karena harga barang berakibat pada meningkatnya biaya produksi yang berdampak pada harga jual sehingga dapat menyebabkan penurunan daya beli masyarakat. Oleh sebab itu, perusahaan harus mempertimbangkan harga jual pesaing dalam rangka meraih konsumen sehingga, produksi perusahaan dapat bersaing.

Agar hasil produksi dapat bersaing dipasar saat ini, perusahaan harus mampu menciptakan suatu produk maupun jasa yang berkualitas baik yang harganya lebih rendah atau sama dengan penawaran pesaingnya. Untuk memperoleh produk yang seperti itu perusahaan harus mengurangi biaya yang dikeluarkan pada saat proses produksi. Biasanya perusahaan yang mematok harga tinggi dikarenakan metode tradisional penentuan harganya dihitung dari biaya produksi yang terjadi ditambah laba yang diinginkan. Apabila perusahaan tidak mampu mengendalikan biayanya, maka biaya produksi yang timbul akan tinggi dan akan menyebabkan harga menjadi tinggi serta berakibat pada beralihnya pelanggan pada produk yang dihasilkan oleh kompetitor. Oleh karena itu, maka dalam penentuan harga dibutuhkan metode yang tepat agar perusahaan tetap bertahan dalam usahanya. Seperti metode yang digunakan oleh perusahaan-perusahaan di Jepang untuk lolos

dari keterpurukan setelah kalah perang dan dibom atom setelah perang dunia kedua adalah *target costing*.

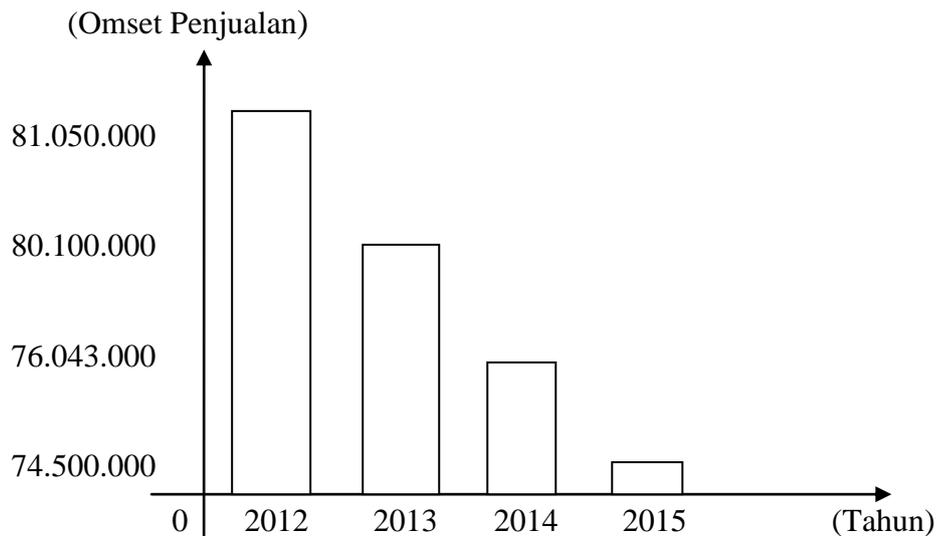
Target costing adalah suatu metode perhitungan biaya produk yang cara perhitungannya secara mundur, yaitu dimulai dari menentukan harga jual yang digunakan untuk menentukan biaya produk tersebut. Dengan menggunakan target costing perusahaan dapat menentukan biaya yang diinginkan, yang diperoleh dari harga pasar yang berlaku dikurangi dengan laba yang diinginkan dan sering disebut dengan *price-driven costing*.

Asal mula target costing dimulai setelah perang dunia II, penggunaan *value engineering* di Jepang dikenal sebagai "*Genka Kakiku*". "*Genka Kakiku*" diterjemahkan menjadi *target costing*. Dan awal tahun 1990-an tiga peristiwa besar terjadi di Jepang sehingga perusahaan Jepang lebih meningkatkan *target costing* dalam manajemen mereka.

Mebel Jepara Barokah merupakan Usaha Kecil Menengah yang didirikan pada tahun 1990, usaha yang didirikan oleh pak Terimo yakni pemiliknya sendiri. Mebel Jepara Barokah ini memproduksi kursi dan almari tetapi peneliti disini hanya melakukan penelitian hanya ke kursi. Mebel Jepara Barokah punya pak Terimo ada di kencong usaha ini satu – satunya usaha mebel di kencong pada tahun 1990. Usaha kecil menengah itu sendiri adalah usaha ini masih menggunakan usaha yang didirikan oleh perorangan atau perumahan, Usaha kecil menengah ini bisa untuk menambah lapangan kerja untuk pengangguran dilingkungan sekitar. Seperti pemilik Mebel Jepara Barokah yaitu pak Terimo juga dulunya hanya bermodal sekitar 50 juta dan dibantu oleh saudarannya yang juga usaha mebel di Jepara untuk membangun usahannya. Dan usaha yang didirikan pak Terimo berjalan dengan lancar dan masih menggunakan metode tradisional. Metode perhitungan tradisional dimana semua biaya ditambahkan dan setelah itu ditambah dengan laba yang diinginkan selain itu mereka masih melakukan pemborosan terhadap bahan baku yang digunakan untuk pembuatan kursinya. Biasanya pendapatan kotor yang didapat oleh pak Terimo bisa mencapai 100.000.000 perbulan. Tetapi usaha ini mulai mengalami kendala pada tahun 2012 dimana mulai mengalami penurunan omset, dan itu disebabkan oleh

banyaknya pesaing. Sehingga usaha pak Nemo mengalami penurunan penjualan dikarenakan harganya lebih mahal dari yang lain. Jadi saya disini ingin menerapkan metode target costing untuk Mebel Jepara Barokah.

Grafik Omset Penjualan Mebel Jepara Barokah Tahun 2012 – 2015



Jadi, dari tabel ini dapat disimpulkan bahwa selama 4 tahun dari tahun 2012 – 2015 mengalami penurunan omset penjualan di Mebel Jepara Barokah dari tahun 2012 yaitu Rp 81.050.000. Pada tahun 2013 yaitu Rp 80.100.000 atau mengalami penurunan sebesar Rp 950.000 dan pada tahun berikutnya 2014 yaitu Rp 76.043.100 dengan penurunan omset sebesar Rp 4.056.900 Kemudian pada tahun berikutnya 2015 yaitu Rp 74.500.000 dan mengalami penurunan sebesar 1.543.100

Berdasarkan uraian tersebut maka judul skripsi ini ” Penerapan Metode *Target Costing* dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi pada Pembuatan Kursi pada Mebel Jepara Barokah di Kencong.”

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan diatas maka penulis membuat perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah penerapan *target costing* dalam perhitungan harga pokok produksi pada Mebel Jepara Barokah?
2. Bagaimanakah yang akan terjadi pada laba atau omset Mebel Jepara Barokah setelah menggunakan *target costing*.

### **1.3 Batasan Penelitian**

Di sini peneliti hanya melakukan penelitian terhadap kursi saja untuk diteliti sebagai penerapan metode *target costing* dalam perhitungan harga pokok produksi di Mebel Jepara Barokah.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

#### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui dampak penerapan *target costing* dalam mengurangi biaya produksi pada perusahaan.
- b. Untuk mengetahui dampak yang akan terjadi pada laba perusahaan setelah menggunakan *target costing*.

#### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

1. Bagi mahasiswa.

Menambah pengetahuan dan wawasan tentang penetapan harga pokok produksi dengan metode *target costing* dalam dunia usaha yang sebenarnya.

2. Bagi Manajemen

Memberikan sumbangan informasi yang dapat digunakan pihak manajemen tentang penerapan *target costing* dalam melakukan pengendalian biaya produksi.

3. Bagi Pembaca

Untuk memberikan sumbangan informasi yang dapat dipakai sebagai bahan kajian tambahan bagi penelitian selanjutnya.