

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Persaingan dalam dunia bisnis pada era perdagangan bebas sudah umum terjadi sehingga menimbulkan dampak bagi perekonomian Indonesia. Adapun dampak positifnya yaitu memberikan peluang bagi pelaku bisnis Indonesia untuk mengeksport produk semakin luas. Sedangkan dampak negatifnya yaitu persaingan yang terjadi semakin ketat karena tidak hanya melibatkan pelaku bisnis domestik tapi juga pelaku dari luar negeri yang memasarkan produknya dengan bebas di Indonesia. Maka dari itu sebuah perusahaan harus menyusun strategi yang tepat agar mampu menghadapi persaingan yang semakin ketat.

Setiap perusahaan pastinya ingin menang dalam menghadapi persaingan, karena jika tidak maka perusahaan tidak akan berkembang dan akan mengalami kebangkrutan. Maka dari itu sebuah perusahaan harus menyusun strategi yang tepat agar mampu menghadapi persaingan yang semakin ketat. Untuk menghadapi persaingan perusahaan dituntut untuk terus berinovasi untuk menghasilkan produk yang berkualitas dan menarik agar selalu diminati oleh konsumen. Selain kualitas, agar dapat bersaing harga produk tersebut juga harus sesuai dengan standar harga pasar.

Perusahaan yang ingin berkembang atau paling tidak bertahan hidup harus mampu menghasilkan produksi yang tinggi dengan kualitas yang baik. Akan tetapi untuk mencapai efisiensi produksi yang tinggi ini

tidak mudah, 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 (Supriyadi, 2013)

Setiap perusahaan memiliki tujuan yang sama yaitu memperoleh keuntungan dari setiap penjualan produk atau jasanya. Manajemen harus memperkirakan hal-hal yang dilakukan untuk kemajuan perusahaan tersebut dalam penjualan produk atau jasa yang dilakukan dengan menganalisis biaya, produk atau jasa yang dijual dan laba yang akan didapatkan nantinya. Manajemen juga harus bisa mengambil keputusan bisnis agar dapat bertahan dalam persaingan yang ada dan untuk memperkecil kegagalan (Pelawiten & Ventje, 2012)

Agar dapat bersaing dalam pasar saat ini, perusahaan harus dapat menciptakan suatu produk baik barang maupun jasa yang harganya lebih rendah atau harganya sama dengan harga yang ditawarkan para pesaingnya. Untuk dapat memperoleh produk seperti itu, perusahaan harus berusaha mengurangi biaya yang harus dikeluarkan pada proses produksinya. Target costing adalah suatu metode penentuan biaya produk atau jasa yang didasarkan pada harga (target price) yang diperkirakan dapat diterima oleh konsumen. (Mulyadi, 2014). Konsep target costing sangat sejalan dengan meningkatnya persaingan serta tingkat penawaran yang jauh melampaui tingkat permintaan, maka kekuatan pasar memberi pengaruh yang semakin besar terhadap tingkat harga.

Fakta lapangan yang terjadi saat ini bahwa perusahaan beroperasi dengan mengembangkan dan memproduksi barang dan jasa terlebih dulu, kemudian menghitung berapa biaya yang dikeluarkan untuk jenis produk tersebut dan menetapkan harga jual produknya, setelah itu produk bisa dipasarkan. Namun pada metode target costing, proses yang terjadi justru sebaliknya. Perusahaan terlebih dahulu menetapkan laba yang akan dikenakan pada produknya serta menentukan biaya produksi, kemudian perusahaan mulai mengembangkan produk yang dapat dipasarkan secara menguntungkan pada tingkat harga yang telah ditetapkan sebelumnya.

Penelitian ini dilakukan pada UMKM Cemilanque yang merupakan suatu UMKM yang bergerak dalam bisnis usaha bidang manufaktur dan penjualan dalam bidang makanan ringan olahan yang berlokasi di Jl Palasari, Kelurahan Palasari, Kecamatan Cibiru kota Bandung. Fenomena dalam penelitian ini yaitu biaya produksi yang tinggi sehingga menyebabkan harga jual yang tinggi pada UMKM Cemilanque, sehingga kurang bisa bersaing dipasar. Untuk satu porsi cemilan basreng yang diproduksi UMKM Cemilanque memiliki harga jual Rp25.000 / 250 gr, sedangkan pada merk lain dalam ukuran yang sama berkisar harga sebesar Rp17.000 – Rp20.000. Berdasarkan hasil wawancara dengan owner Cemilanque, untuk biaya produksi cemilan basreng berukuran 250gr yaitu kurang lebih Rp16.000/pc. Berikut Rincian Biaya Produksi Basreng di UMKM Cemilanque :

Tabel 1.1 Biaya Produksi Basreng

Basreng	
Biaya Bahan Baku	Rp8.895
Biaya Tenaga Kerja	Rp5.370
Biaya Overhead Pabrik	Rp1.727
Total	Rp16.012
Harga jual	Rp25.000
Total laba	Rp8.988

Untuk itu diperlukan target costing agar dapat mencapai tujuan perusahaan dalam rangka pengurangan biaya (cost reduction), yang pada akhirnya akan membawa dampak terhadap tingkat harga yang kompetitif. Berikut tabel perbandingan harga untuk produk basreng sejenis:

Tabel 1.2 Perbandingan Harga Produk Sejenis

No	Produk basreng	Harga	Ukuran
1	Merk Cemilanque	25.000	250 gr
2	Merk Basreng Sultan	17.000	250 gr
3	Merk Juragan Sampurasun	20.000	250 gr
4	Merk Basreng Brutal	18.000	250 gr
5	Merk Cemilan3Putri	20.000	250 gr

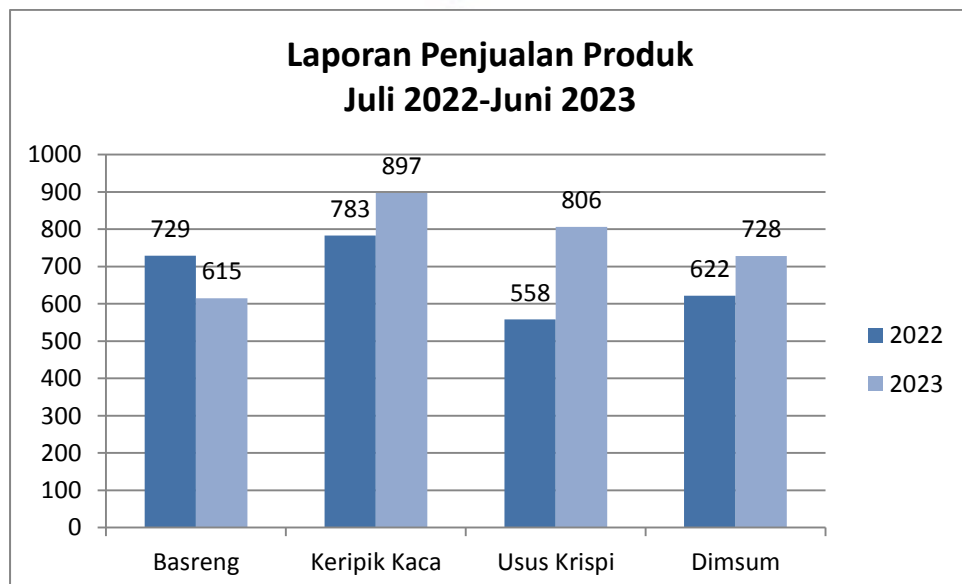
Sumber : hasil olah data peneliti 2023

Target Costing menjadi salah satu langkah yang dapat ditempuh oleh manajemen untuk mengantisipasi adanya permasalahan tersebut karena sistem ini lebih kompleks dari sistem biaya standar. Target Costing merupakan suatu proses manajemen biaya dan perencanaan keuntungan yang dilakukan secara sistematis dan efektif bila diterapkan pada tahap perencanaan sehingga membantu manajemen dalam mengoptimalkan perencanaan biaya. Proses Target Costing sendiri merupakan sebuah sistem perencanaan laba dan pengendalian biaya sehingga dapat menghasilkan harga yang sesuai dengan keinginan dan keadaan pasar tanpa merugikan perusahaan

yang artinya target perusahaan tetap tercapai. Target Costing dapat digunakan sebagai sistem untuk mendorong terjadinya efisiensi biaya, sehingga dapat memberi pengaruh terhadap profitabilitas perusahaan, karena perusahaan dapat menentukan kenaikan harga yang sesuai dengan harga pasar yang kompetitif sehingga tidak akan merugikan konsumen dari perusahaan.



**Gambar 1.1 Grafik Penjualan Produk Basreng UMKM Cemilanque**  
Sumber : hasil olah data wawancara bersama owner UMKM Cemilanque



**Gambar 1.2 Grafik Penjualan Produk UMKM Cemilanque**  
Sumber : hasil olah data wawancara bersama owner UMKM Cemilanque

Pada grafik penjualan diatas produk Basreng memiliki penjualan

terendah dibandingkan dengan produk yang lainnya. Hal tersebut menjadi suatu ketidak sesuaian prediksi manajemen dari Cemilanque, karena sejak awal Cemilanque memperkirakan bahwa produk Basreng menjadi produk yang banyak terjual. Namun faktanya Penjualan produk Basreng mencapai angka 1.504 sedangkan produk lainnya Keripik Kaca 1.881, Usus Krispi 1.537 dan Dimsum 1.512.

Penelitian yang dilakukan Satria Muharam 2021 dengan judul “penerapan target costing sebagai upaya sistem pengendalian biaya produksi pada CV Golden Foods Asia Raya “ Berdasarkan perhitungan yang dilakukannya, menunjukkan bahwa setelah penerapan target costing maka tercapainya target biaya sebesar 75%. Hal tersebut menunjukkan bahwa penerapan target costing sebagai penentuan harga jual serta pengendalian biaya produksi sangat efektif untuk digunakan (Muharam, 2021).

Pada kasus ini, peneliti akan menerapkan metode target costing yang diprediksikan dapat menjadi metode yang tepat untuk membantu usaha cemilanque dalam menetapkan harga produk. Melalui target costing dapat diketahui berapa besar selisih biaya yang dianggarkan dengan biaya yang terjadi yang memungkinkan perusahaan untuk mencapai keuntungan.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana perhitungan biaya produksi yang diterapkan di UMKM Cemilanque?

2. Bagaimana perhitungan biaya produksi dengan menggunakan metode *target costing* di UMKM Cemilanque?
3. Bagaimana perbandingan perhitungan biaya produksi setelah menggunakan metode *target costing* sebagai sistem pengendalian biaya produksi?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis perhitungan biaya produksi yang diterapkan di UMKM Cemilanque.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis perhitungan biaya produksi dengan menggunakan metode *target costing* di UMKM Cemilanque.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis perbandingan perhitungan biaya produksi setelah menggunakan metode *target costing* sebagai sistem pengendalian biaya produksi

### D. Kegunaan Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Kegunaan teoritik
  1. Penerapan teori *target costing* dalam perancangan produk agar menghasilkan biaya yang efisien
  2. Memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi perusahaan dalam mengurangi biaya produksi selama proses produksinya serta bermanfaat juga dalam memaksimalkan laba perusahaan.

3. Memberikan kesempatan bagi penulis untuk menerapkan teori-teori yang telah di pelajari selama ini sehingga dapat memperdalam pengetahuan tentang penelitian dan menambah wawasan serta pemahaman yang lebih baik terhadap target costing.
- b. Kegunaan praktek
1. Sebagai bahan masukan atau sumbangan informasi terhadap pihak perusahaan mengenai konsep produksi yang efisien.
  2. Sebagai bahan informasi kepada masyarakat mengenai konsep produksi yang tepat.

