

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia usaha saat ini semakin berkembang dengan pesat, dimana perkembangannya akan menimbulkan terjadinya banyak persaingan antara perusahaan berskala kecil maupun perusahaan yang berskala besar. Persaingan yang terjadi di semua lini usaha pada era globalisasi yang semakin ketat ini sehingga diperlukan adanya efisiensi dalam memproduksi suatu barang maupun jasa. Menurut Oktarini (2018) Produksi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk menciptakan atau menambah nilai guna suatu barang untuk memenuhi kebutuhan. Namun persaingan dalam menjual produk maupun jasa cenderung semakin meningkat, hal tersebut membuat banyak para pengusaha menawarkan produk maupun jasanya dengan melakukan berbagai macam strategi agar konsumen tertarik untuk membeli produk atau jasa yang dijual.

Keberhasilan sebuah perusahaan atau usaha tergantung pada bagaimana cara manajemen mengelola perusahaan tersebut. Hal ini menuntut manajemen perusahaan untuk menentukan suatu tindakan dengan memilih berbagai alternatif dan kebijaksanaan dalam mengambil keputusan yang sebaik-baiknya agar tujuan perusahaan dapat tercapai (Amilatussaadah et al., 2021). Untuk memenangkan persaingan perusahaan harus mampu berinovasi secara terus menerus agar menghasilkan produk yang berkualitas dan selalu diminati oleh konsumen. Selain

berkualitas tentunya produk tersebut juga harus sesuai dengan standar harga pasar. Kondisi pasar inilah yang membuat metode-metode yang dipakai sebelumnya seringkali tidak relevan dengan keadaan yang dihadapi perusahaan. Persoalan yang dihadapi perusahaan hanya bagaimana cara membuat produk dengan harga jual yang kompetitif namun tetap menghasilkan margin laba yang diinginkan tanpa mengubah kualitas produk (Kusumadewi, 2017)

Pemilik perusahaan perlu memahami dan mengikuti serta mengontrol setiap aktifitas dari masing-masing fungsi manajemen dalam perusahaan, salah satunya adalah yang berkaitan dengan penentuan harga jual produk yang diproduksi. Penentuan harga jual saat ini merupakan masalah yang sulit untuk ditangani oleh perusahaan (Suryani, 2021). Sulitnya perusahaan menentukan harga jual diakibatkan oleh semakin ketatnya persaingan saat ini. Salah satu metode yang dapat digunakan dalam menetapkan harga jual yang dapat bersaing di pasaran adalah metode target costing.

Target costing merupakan sebuah metode penentuan harga barang atau jasa yang berdasarkan pada perkiraan harga maksimum yang dapat dibayar oleh pelanggan (Abna, Wiyono, & Paramita, 2019). Sedangkan menurut (Simanjuntak & Doloksaribu, 2021) 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. Konsep target costing ini membuat perusahaan harus menganalisis apa yang akan dilakukan oleh pesaing, bagaimana produk mereka, dan memperkirakan biaya unit yang diperlukan untuk dapat masuk ke pasar, agar perusahaan mampu memperoleh margin lebih tinggi dari pesaing yang ada di pasaran (Darmayasa, 2019). Dengan

mengimplementasikan metode target costing, maka perusahaan akan dapat menentukan biaya produk berdasarkan harga yang mampu dibeli konsumen.

Efisiensi adalah rasio output terhadap input, atau jumlah output per unit input. Biaya (cost) adalah pengeluaran-pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang, atau mempunyai manfaat melebihi satu periode akuntansi (Dunia & Abdullah, 2018) . Efisiensi biaya produksi merupakan salah satu variabel yang penting. Biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam melaksanakan proses produksi perlu dikendalikan sebaik-baiknya (Juwita & Satria, 2017). Untuk dapat lebih efisien perusahaan dalam mengelola biaya produksinya, maka perusahaan membutuhkan metode perhitungan biaya produksi yaitu dengan menerapkan atau mengimplementasikan metode target costing untuk mencapai tujuan perusahaan, Sehingga dengan diimplementasikannya metode target costing diharapkan dapat dijadikan sebagai alat bantu perusahaan dalam mengefesiensikan biaya produksi. (Dinda et al., 2021)

Biaya Produksi adalah biaya yang digunakan dalam proses produksi yang terdiri dari biaya bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik (Ayu et al., 2022). Biaya produksi merupakan biaya yang paling besar dikeluarkan oleh perusahaan dalam menghasilkan suatu barang. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan pengendalian biaya produksi. Upaya mengendalikan biaya produksi merupakan satu dari berbagai strategi yang dapat dilakukan untuk mempertahankan kondisi suatu badan usaha agar tetap mendapatkan keuntungan yang diinginkan oleh sebuah perusahaan (Saleh et al., 2022).

CV. Dewi Starindo yang beralamat di Jalan Yeh Gangga, Banjar Dinas Gubug Badelodan, Desa Gubug, Kecamatan. Tabanan, Kabupaten Tabanan merupakan salah satu perusahaan manufaktur yang mengolah bahan baku menjadi produk yang siap dipasarkan. CV. Dewi Starindo telah berdiri sejak tahun 2009. Perusahaan ini memproduksi beberapa jenis kopi yakni, diantaranya robusta, arabika, murni dan campuran. Saat ini peminat dan permintaan akan kopi dari waktu ke waktu terus meningkat dikarenakan semakin banyaknya peminat bubuk kopi yang dihasilkan oleh perusahaan, selain itu banyaknya varian yang di produksi oleh membuat konsumen tertarik untuk membelinya. Persaingan pasaran kopi kian ketat, hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya produk-produk kopi yang beredar di pasaran yang ada, dimana, itu terjadi dikarenakan kopi adalah minuman penyegar yang paling sering dikonsumsi.

CV. Dewi Starindo dalam memproduksi kopi kurang lebih 750 kg sampai dengan 1 ton bubuk kopi setiap bulannya. Pemasaran kopi di dalam negeri ini dipasarkan ke toko-toko yang ada di Bali. CV. Dewi Starindo telah memiliki reputasi baik dalam menjaga kualitas keaslian produknya dan juga telah mendapatkan kepercayaan dari pembeli. Dalam memproduksi kopi, perusahaan memproduksi secara massa dengan mempekerjakan karyawan sebanyak 8 orang dan bekerja semaksimal mungkin agar produksi yang dilakukan tersebut dapat selesai dengan tepat waktu.

Penentuan harga jual merupakan salah satu langkah yang penting. Harga jual yang terlalu mahal akan mengakibatkan perusahaan tidak dapat bersaing di pasaran yang ada, sedangkan harga jual yang terlalu murah juga akan mengakibatkan laba yang diinginkan atau yang ditargetkan oleh perusahaan tidak

dapat dicapai dan kurang maksimal (Amilatussaadah et al., 2021). Dalam menjalankan usahanya, CV. Dewi Starindo sulit menentukan harga jual. Maka dari itu perusahaan harus mampu untuk menentukan harga jual yang bersifat kompetitif agar konsumen mau membeli produk. Perusahaan harus dapat merancang strategi untuk dapat mengakali agar kopi yang ditawarkan kepada konsumen tetap laku terjual dengan harga yang terjangkau, mempunyai kualitas yang baik, serta mendapatkan laba sesuai dengan yang direncanakan (Darmayasa, 2019). Perusahaan harus dapat mengatur strategi yang tepat untuk mengefisienkan biaya produksi kopi tanpa harus menurunkan upah tenaga kerja dan tidak mengurangi kualitas dari kopi yang dihasilkan sebelumnya. Jika perusahaan menentukan harga jual berdasarkan harga jual kompetitif akan menyebabkan laba yang diharapkan tidak tercapai dan tidak maksimal sesuai yang ditargetkan, oleh sebab itu perlu untuk dilakukan efisiensi biaya produksi agar laba yang diharapkan perusahaan dapat tercapai. Perusahaan dapat mengimplementasikan metode target costing agar laba yang diharapkan perusahaan tercapai dan optimal.

Ketidakefisienan merupakan tidak maksimalnya pemanfaatan atau tidak adanya peningkatan dan rendahnya nilai. Pada suatu aktivitas pasar, biaya produksi memiliki besaran yang bervariasi, bergantung pada metode, material, atau upah buruh yang digunakan pada produksi tersebut (Purnamasari et al., 2021). Ketidakefisienan alokasi efektivitas pendistribusian sebuah barang dan jasa sangat mempengaruhi efisiensi dari suatu produksi. Ketidakefisienan produksi dapat terjadi ketika atau dikarenakan produsen tidak mampu dalam menghasilkan suatu produk dengan biaya produksi per unit produk yang minimum. Menurut Purba (2021:48) ketika konsumen mendapatkan barang atau jasa yang

spesifikasinya sesuai dengan kebutuhan mereka, maka dapat dikatakan pasar tersebut efisien secara alokasi. Pada keadaan ini harga yang dibayarkan oleh konsumen selalu sesuai dengan biaya marginal produksi. Pada CV. Dewi Starindo ketidakefisienan biaya produksi terjadi pada saat perusahaan tidak menghasilkan suatu suatu produk dengan biaya produksi per unit produk yang minimum. Dimana ketidakefisienan tersebut dapat terjadi apabila biaya yang dikeluarkan tersebut terjadi suatu pemborosan tidak mampu menghasilkan output produk dengan kuantitas dan kualitas yang baik.

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Darmayasa, dkk (2019) yang berjudul “Analisis Penerapan Target Costing Dalam Efisiensi Biaya Produksi Batako Pada UD. Darma Yasa di Desa Panji, Kecamatan Sukasada, Kabupaten Buleleng” bahwa penerapan perhitungan dengan menggunakan metode target costing lebih efisien karena setelah diterapkannya metode target costing perusahaan memperoleh laba sebesar 6,69%. Sedangkan dari penelitian yang dilakukan oleh Juwita & Satria (2017) yang berjudul “Penerapan Target Costing Dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Produk” bahwa laba yang dihasilkan setelah penerapan metode target costing lebih kecil dibandingkan dengan yang dihasilkan sebelum penggunaan metode target costing.

Dari uraian latar belakang di atas maka peneliti ingin meneliti penerapan atau implementasi dari metode target costing dalam upaya efisiensi biaya produksi untuk optimalisasi peningkatan laba. Dari uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Penerapan Target Costing Dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Untuk Optimalisasi Peningkatan Laba Pada CV. Dewi Starindo”**

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang tersebut, maka dapat diidentifikasi masalah yang muncul adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan sulit untuk menentukan harga jual sesuai dengan pasaran yang ada.
Jika perusahaan menjual produk dengan harga yang murah maka laba yang didapatkan tidak maksimum, sedangkan jika menjual dengan harga yang mahal dapat mengakibatkan konsumen beralih ke produk pesaing.
2. Penentuan harga produk perusahaan selalu berdasar pada harga produk pesaing.
3. Tingkat efisiensi biaya produksi pada perusahaan yang rendah, sehingga perusahaan tidak dapat menghasilkan laba yang optimal sesuai yang ditargetkan oleh perusahaan.
4. Perusahaan tidak menyimpan bukti transaksi seperti nota dan kwitansi sehingga pada saat pencatatan laporan perusahaan hanya memperkirakan biaya yang dikeluarkan.
5. Kesalahan pencatatan dan perhitungan yang mengakibatkan laporan keuangan tidak sesuai dengan kondisi keuangan perusahaan.

1.3 Pembatasan Masalah

Dari identifikasi masalah yang telah dipaparkan diatas, tidak semua masalah yang teridentifikasi diatas dapat dijangkau dalam penelitian ini, sehingga perlu dilakukan suatu pembatasan masalah agar penelitian dapat dilaksanakan dengan lebih terarah, terfokus dan tidak menyimpang. Pada penelitian ini, penulis hanya memberikan fokus dan permasalahan pada penerapan atau implementasi metode target costing dalam upaya efisiensi biaya produksi untuk optimalisasi peningkatan laba pada CV. Dewi Starindo.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut diatas, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah implementasi target costing dapat mengefesiensikan biaya produksi untuk optimalisasi peningkatan laba pada CV. Dewi Starindo ?

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah diajukan dalam penelitian ini, maka adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efisiensi biaya produksi untuk optimalisasi peningkatan laba menggunakan metode target costing pada CV. Dewi Starindo.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang berguna untuk meningkatkan pemahaman bagi mahasiswa mengenai tentang pengembangan teori dibidang akuntansi khususnya tentang penerapan target costing dalam upaya efisiensi biaya produksi untuk optimalisasi peningkatan laba.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Usaha CV. Dewi Starindo

Penelitian ini diharapkan mampu dijadikan sebagai bahan pertimbangan perusahaan untuk menjalankan usahanya terutama dalam perhitungan target costing dalam upaya efisiensi biaya produksi untuk optimalisasi peningkatan laba

b. Bagi Universitas Pendidikan Ganesha

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber referensi untuk penelitian selanjutnya serta dapat memberikan informasi tambahan bagi mahasiswa .

