

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Setiap usaha yang didirikan dengan orientasi laba didirikan untuk mencapai laba yang optimal, sehingga kelangsungan hidup badan usaha dapat tetap terjaga. Oleh karena itu setiap badan usaha yang ingin tetap eksis dan juga unggul dalam persaingan dituntut untuk dapat merespon dengan baik terhadap pengaruh perubahan-perubahan lingkungan. Demikian pula halnya dengan industri konveksi yang mampu bertahan dalam persaingan industri itu sendiri cukup ketat.

Sejalan dengan perkembangan dunia usaha, jumlah pesaing yang memasuki suatu industri juga semakin banyak. Akibatnya persaingan yang terjadi antara industri sejenis juga semakin tajam. Semakin ketatnya kompetisi dalam industri konveksi mengharuskan setiap perusahaan untuk menentukan strategi bersaing yang terbaik agar mampu mengungguli pesaing. Untuk mampu bertahan dalam persaingan maka manajemen harus mampu mengelola perusahaan secara efektif dan efisien, serta menciptakan kebijaksanaan dan strategi yang dapat memberikan keuntungan perusahaan agar dapat bertahan.

Di Yogyakarta banyak terdapat industri konveksi berskala kecil dan menengah. Mulai yang berbentuk industri rumah tangga maupun yang sudah dikelola dengan lebih profesional. Beberapa sentra industri konveksi di Yogyakarta antara lain di Jalan KH. Agus Salim (Ngabean), Jalan Ahmad Dahlan

dan Jalan Yudonegaran. Produk yang dihasilkan dari kegiatan ini antara berupa kaos, seragam sekolah, topi, seragam pramuka, pakaian olahraga, jaket dan lain sebagainya. Selain menjual produk secara eceran, kebanyakan dari industri ini juga menerima pesanan produk dalam jumlah besar.

Daur hidup usaha konveksi ini tidak selalu stabil. Terlebih sejak terjadinya krisis moneter di akhir dasawarsa 90, meskipun hal tersebut telah lama terjadi. Penjualan produk, khususnya yang berupa pesanan hanya terjadi secara musiman. Biasanya pada saat tahun ajaran baru sekolah. Akan tetapi pada masa-masa tertentu, seperti saat musim kampanye atau tahun ajaran baru, industri konveksi ini juga mengalami peningkatan pesanan yang cukup pesat. *Yuan F Collection* adalah salah satu perusahaan konveksi yang sudah lama eksis di Yogyakarta. Produk yang dihasilkan adalah berbagai jenis pakaian jadi seperti pada umumnya usaha konveksi lain. Masalah yang dihadapi *Yuan F Collection* adalah banyaknya pesaing yang menuntut perusahaan menetapkan harga jual yang kompetitif. Di samping itu, harga bahan baku pada industri ini tidak dapat diprediksi, dimana harga bahan baku dapat naik sewaktu-waktu. Sistem pemesanan dengan pelunasan saat pengambilan barang juga menjadi permasalahan tersendiri, karena mengharuskan perusahaan menanggung biaya produksi.

Penentu keberhasilan dalam industri ini adalah kualitas dan harga. Konsumen cenderung akan memilih produk dengan kualitas yang baik tapi harganya terjangkau. Bila biaya produksi suatu produk sangat tinggi, tidak mungkin untuk perusahaan tersebut menjual produknya dengan harga yang lebih rendah atau minimal sama dengan harga produk pesaing. Oleh karena itu suatu

perusahaan harus berusaha untuk beroperasi dengan biaya rendah atau minimal agar dapat menekan harga jual. Harga suatu produk yang ditetapkan oleh perusahaan biasanya terkait dengan besarnya biaya yang digunakan untuk memproduksi. Harga pokok produksi merupakan kumpulan dari biaya-biaya yang timbul akibat aktivitas operasional perusahaan. Aktivitas tersebut meliputi pengolahan bahan baku menjadi barang jadi, sehingga barang tersebut siap untuk dijual (siap dikonsumsi). Adapun biaya-biaya produksinya adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, serta biaya *overhead* pabrik. Informasi biaya yang akurat memiliki peranan penting bagi perusahaan. Karena dengan informasi yang akurat keputusan-keputusan yang diambil oleh pihak manajemen berdasarkan informasi biaya tersebut akan lebih akurat.

Sistem akuntansi biaya yang telah ada dirasakan kurang dapat memberikan informasi biaya yang akurat. Mengingat harga bahan baku yang cenderung meningkat dan ketatnya persaingan yang mengharuskan perusahaan menjual produk dengan harga seminimal mungkin. Oleh karena itu, pihak manajemen tentu membutuhkan informasi yang lebih akurat tentang biaya produk, sehingga perlu alat atau metode yang sesuai dan yang akurat yaitu menggunakan *target costing*. Dengan menggunakan *target costing*, perusahaan dapat menentukan biaya produksi maksimal yang bisa ditanggung perusahaan. *Target costing* disebut juga sebagai kalkulasi biaya berdasarkan harga (*price based costing*), sehingga suatu produk yang harga jualnya ditentukan dengan metode ini dapat dipastikan diterima oleh pasar. Perbedaan metode ini dengan metode konvensional terletak pada langkah perhitungan pertamanya. Pada metode konvensional perhitungan

biaya tidak didasarkan pada apa yang diinginkan konsumen. Hal ini sangat beresiko karena produk yang dipasarkan belum tentu sesuai dengan keinginan konsumen, baik dari segi harga, fungsi maupun kualitasnya.

Dengan demikian dapat dikatakan *target costing* sangat berguna dalam pengelolaan biaya demi kelangsungan produksi perusahaan, karena *target costing* dapat membantu perusahaan mendapatkan biaya yang rendah namun dapat memenuhi keinginan konsumen. Mengingat pentingnya penerapan *target costing*, maka penulis bermaksud mengajukan skripsi berjudul “Penerapan *Target Costing* pada Perusahaan Konveksi *Yuan F Collection* Yogyakarta.”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut ditemukan suatu masalah bagaimana menerapkan *target costing* dalam menekan biaya produksi dengan studi kasus pada perusahaan konveksi *Yuan F Collection* Yogyakarta.

1.3. Batasan Masalah

Pembahasan dalam penelitian ini dibatasi pada masalah ini harga pokok produksi yang akurat dalam upaya meningkatkan laba penjualan produk per-unit. Pembatasan ruang lingkup ini dimaksudkan agar pembahasan yang dilakukan lebih terarah dan terpadu sehingga uraiannya dapat lebih dipusatkan pada permasalahan yang terjadi dalam perusahaan. Batasan masalah tersebut meliputi:

1. Produk *Yuan F Collection* Yogyakarta yang diteliti adalah seragam futsal ukuran L.

2. Data yang digunakan dalam penelitian ini dibatasi data *Yuan F Collection* Yogyakarta bulan April – Juni 2009.

1.4. Tujuan Penelitian

Secara umum, skripsi ini bertujuan menjawab permasalahan yang dihadapi perusahaan konveksi *Yuan F Collection* Yogyakarta dalam menentukan harga pokok produksi yang akurat dalam upaya meningkatkan laba penjualan melalui penerapan *target costing*. Secara rinci penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Mengetahui perhitungan biaya produk yang selama ini sudah dilakukan oleh *Yuan F Collection* Yogyakarta.
2. Mengetahui kelemahan perhitungan biaya produk pada *Yuan F Collection* Yogyakarta.
3. Mengetahui penerapan dan perhitungan *target costing* dalam menekan biaya produksi pada *Yuan F Collection* Yogyakarta.
4. Mengetahui penerapan *target costing* dalam mempengaruhi laba penjualan produk per unit.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Dapat menambah pengetahuan serta dapat menerapkan ilmu yang pernah diperoleh selama kuliah, sehingga dapat menerapkan penentuan harga pokok produksi dengan mengacu pada *target costing* dalam upaya meningkatkan laba penjualan.

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan manajemen dalam memilih metode penentuan harga pokok produk yang mengacu pada *target costing* dalam upaya meningkatkan laba penjualan.

3. Bagi Pihak lain

Penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai penerapan penentuan harga produksi dengan mengacu pada *target costing* dalam upaya meningkatkan laba penjualan.

1.6. Metodologi Penelitian

a. Desain Penelitian

Penelitian yang digunakan dalam skripsi adalah *case study* atau studi kasus, yaitu penelitian yang bertujuan memecahkan suatu masalah tertentu yang terjadi di dunia nyata.

b. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian akan dilakukan di *Yuan F Collection* Yogyakarta yang terletak di Jl. KH. Agus Salim No. 52 Yogyakarta. Waktu pelaksanaan penelitian yang dibutuhkan adalah selama 1 bulan, yaitu pada bulan Juli 2009.

c. Sumber Data

1) Data Primer

Data primer yaitu data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Dalam penelitian ini data primer diperoleh langsung dari sumbernya dengan melakukan

pengamatan langsung serta mengadakan wawancara kepada pimpinan dan staf perusahaan.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya, namun telah terlebih dulu didokumentasikan oleh pihak lain. Data ini berasal dari dokumentasi perusahaan mengenai perhitungan biaya produk yang selama ini dilakukan. Data yang digunakan dalam skripsi ini diambil pada bulan April – Juni 2009.

d. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data meliputi:

1) *Interview* (Wawancara)

Wawancara dilaksanakan dengan melakukan tanya jawab mendalam sesuai tujuan penelitian. Wawancara dilakukan terhadap pihak pengelola *Yuan F Collection* Yogyakarta. Dalam wawancara ini diajukan beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan permasalahan yang berkaitan dengan menghitung harga pokok produksi dalam upaya meningkatkan laba penjualan.

2) Observasi Langsung

Observasi dilaksanakan dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan. Penelitian ini dilakukan secara langsung (observasi) ke *Yuan F Collection* Yogyakarta untuk memperoleh informasi (data primer) yang diperlukan mengenai proses produksi dan pemasaran produk.

3) Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan mempelajari literatur yang berhubungan dengan penelitian. Penelitian ini dilakukan dengan mempelajari literatur-literatur yang berhubungan dengan obyek yang diteliti. Literatur-literatur tersebut meliputi buku-buku, majalah, surat kabar, brosur dan lain-lain yang berkaitan dengan penelitian.

e. Metode Analisis Data

Sesuai dengan tujuan maka langkah-langkah analisis data dalam penelitian ini meliputi hal-hal sebagai berikut:

- 1) Menganalisis perhitungan biaya produksi yang selama ini sudah dilakukan oleh *Yuan F Collection* Yogyakarta.
- 2) Menganalisis kelemahan perhitungan biaya produksi di *Yuan F Collection* Yogyakarta.
- 3) Melakukan perhitungan *target costing* dalam menekan biaya produksi di *Yuan F Collection* Yogyakarta.
- 4) Menganalisis penerapan *target costing* dalam mempengaruhi laba penjualan produk per unit.

1.7. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bagian awal dalam penulisan ini yang menyajikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah,

tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II *COSTING*

Bab ini menguraikan tentang landasan teori *costing* sebagai dasar dalam melakukan analisa terhadap permasalahan yang ada.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menguraikan tentang sejarah singkat perusahaan, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA

Bab ini membahas mengenai gambaran umum obyek penelitian, deskripsi data penelitian, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan umum dari penelitian, keterbatasan penelitian serta saran untuk penelitian selanjutnya.