

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dampak globalisasi menyebabkan persaingan menjadi semakin ketat dan kompetitif, hal ini membawa dampak positif dan juga negatif pada dunia bisnis. Dampak positif yang terjadi adalah terbukanya peluang bagi setiap pelaku usaha untuk dapat memasarkan produk mereka ke pasar yang lebih luas. Sedangkan dampak negatif yang timbul adalah persaingan bisnis semakin ketat dan kompetitif, banyak pesaing dalam negeri maupun luar negeri dapat bebas memasarkan produknya ke pasar yang lebih luas. Seiring dengan perkembangan dunia bisnis, pesaing yang memasuki pangsa pasar semakin banyak. Efeknya persaingan bisnis semakin kompleks, hal tersebut mengharuskan setiap perusahaan untuk bertahan dan memikirkan strategi bersaing terbaik agar dapat mengungguli para pesaing yang bermunculan. Didasarkan pada fakta tersebut, maka kemampuan manajemen perusahaan dituntut untuk dapat lebih peka dan hati-hati dalam memilih strategi dan cara yang digunakan serta menentukan keputusan terbaik untuk menunjang tercapainya tujuan perusahaan.

Perusahaan yang dipilih untuk diteliti adalah PT.Merak Mekar Abadi. PT.Merak Mekar Abadi berlokasi di Boyolali khususnya daerah Kalioso. Daerah Kalioso merupakan daerah yang masih terbilang sepi, hanya terdapat beberapa rumah penduduk, sawah dan beberapa pabrik-pabrik industri lain. PT.Merak Mekar Abadi

didirikan oleh Bapak Loe Tommy P. pada tahun 2010, PT.Merak Mekar Abadi merupakan perusahaan yang bergerak di bidang produksi plastik. Beliau merintis perusahaan ini bersama istrinya, berawal dari industri berkapasitas produksi kecil hingga sekarang mampu mendirikan pabrik dengan kapasitas industri yang lebih besar dari sebelumnya. Produk yang diproduksi oleh PT.Merak Mekar Abadi adalah Cup gelas ukuran 220ml dengan kualitas produk terjamin baik. PT.Merak Mekar Abadi memiliki tujuan untuk meluaskan pangsa pasar dan meningkatkan penjualan, namun dalam upaya untuk mencapai tujuan perusahaan tersebut terdapat beberapa kendala yang dihadapi. Kendala yang dihadapi oleh PT.Merak Mekar Abadi adalah banyaknya pesaing yang memproduksi produk serupa dan kualitas produk yang sama dengan harga jual yang lebih rendah dibanding dengan harga jual produk milik PT.Merak Mekar Abadi.

Tabel 1.1
Perbandingan Harga Jual Produk Cup gelas 220ml

Perusahaan	Harga Jual
PT. Mitraplas	Rp 151.000 / box
PT. Indopet	Rp 152.000 / box
PT. Starindo	Rp 152.000 / box
PT. Cahaya Dinamika Persada	Rp 154.000 / box
PT. Merak Mekar Abadi	Rp 160.000 / box

Dari hasil indentifikasi pesaing dan survei harga jual yang dilakukan oleh peneliti, diketahui bahwa harga jual milik PT.Merak Mekar Abadi adalah yang paling tinggi

apabila dibandingkan dengan harga jual milik pesaing lainnya. Para pesaing yang menjual produk dengan harga yang lebih rendah merupakan ancaman bagi kelangsungan hidup perusahaan karena pesaing dapat merebut pangsa pasar penjualan PT.Merak Mekar Abadi. Ancaman yang dialami oleh perusahaan tersebut mempengaruhi tingkat penjualan cup gelas PT.Merak Mekar Abadi, terlihat pada data penjualan cup gelas perusahaan yang mengalami penurunan penjualan setiap bulannya.

Tabel 1.2
Data Penjualan Cup Gelas 220ml PT.Merak Mekar Abadi

BULAN	BOX	JUMLAH
Mei	2.560	Rp 409.600.000,-
Juni	2.419	Rp 387.040.000 ,-
Juli	2.331	Rp 372.960.000,-
Agustus	2.184	Rp 349.440.000,-
September	1.956	Rp 312.960.000,-
Oktober	1.709	Rp 273.440.000,-

Sumber : Data Sekunder PT. Merak Mekar Abadi (2012)

Agar kelangsungan hidup PT.Merak Mekar Abadi terjamin, maka perusahaan harus mampu menghasilkan produk yang berkualitas dengan harga jual yang kompetitif. Faktor kualitas dan harga merupakan kunci perusahaan untuk dapat berhasil menarik minat konsumen. Konsumen cenderung selektif dalam memilih produk yang dibeli, konsumen akan memilih produk dengan kualitas baik dengan

harga yang terjangkau. Untuk dapat bertahan dan mampu merebut pangsa pasar, perusahaan harus dapat menjual produknya dengan harga lebih rendah atau sama dengan harga yang dikeluarkan oleh para pesaing lainnya. Bila biaya produksi yang dimiliki oleh perusahaan terlampaui tinggi, tidak akan mungkin perusahaan dapat menjual produknya dengan harga lebih rendah ataupun sama dengan harga pesaingnya. Oleh karena itu, perusahaan harus menganalisa biaya produksi dan mencari cara mengurangi biaya-biaya yang dapat dikurangkan agar dapat menekan harga jual produk dalam upaya meningkatkan volume penjualan perusahaan. Perusahaan memerlukan suatu alat atau metode yang sesuai untuk mengatasi permasalahan tersebut, oleh karena itu peneliti merekomendasikan metode *Target Costing* sebagai alat bantu manajemen untuk mengatasi masalah yang dihadapi oleh PT.Merak Mekar Abadi.

Target costing didefinisikan sebagai suatu alat bantu manajemen yang dapat digunakan untuk menentukan biaya produksi maksimal yang ditanggung oleh perusahaan. Metode ini dilakukan dengan upaya *cost reduction* pada semua biaya yang berhubungan dengan produk sebelum produk diproduksi. Upaya *cost reduction* yang dilakukan tidak mengurangi nilai dari produk sehingga sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa metode '*Target Costing*' ini dapat membantu perusahaan untuk menentukan biaya produksi maksimal yang harus dicapai perusahaan bila ingin menjual produk sesuai dengan harga yang telah ditargetkan sehingga perusahaan dapat menjangkau pangsa pasar

yang lebih luas. Mengingat pentingnya penerapan metode *Target Costing*, maka penulis bermaksud mengajukan skripsi berjudul :

“Penerapan Metode *Target Costing* pada PT.Merak Mekar Abadi, Kalioso, Boyolali”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah, maka rumusan masalah yang diangkat adalah bagaimana menerapkan metode *target costing* dalam upaya meningkatkan volume penjualan di PT. Merak Mekar Abadi, Kalioso, Boyolali.

1.3 Batasan Masalah

Pembahasan dalam penelitian ini dibatasi pada masalah harga pokok produksi dalam upaya meningkatkan volume penjualan perusahaan. Pembatasan ruang lingkup ini dimaksudkan agar pembahasan yang dilakukan lebih terarah dan tidak terlalu luas sehingga pembahasan dapat lebih dipusatkan pada permasalahan yang terjadi dalam perusahaan. Batasan masalah tersebut meliputi :

1. Produk PT. Merak Mekar Abadi yang diteliti adalah Cup gelas ukuran 220ml.
2. Data yang digunakan dalam penelitian ini dibatasi data biaya produksi PT.Merak Mekar Abadi bulan Agustus - Oktober tahun 2012.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menerapkan metode *target costing* dalam upaya meningkatkan volume penjualan di PT. Merak Mekar Abadi, Kalioso, Boyolali.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan pihak manajemen dalam mempertimbangkan metode yang dipilih sebagai alat bantu manajemen dalam menentukan harga pokok produksi yang mengacu pada *target costing* dalam upaya meningkatkan volume penjualan.

2. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta dapat menambah pengalaman praktek di lapangan dengan menerapkan ilmu yang telah diterima selama kuliah. Penulis dapat menerapkan metode *target costing* dalam upaya meningkatkan volume penjualan perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini menyajikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II. *TARGET COSTING*

Bab ini menyajikan tentang landasan teori *target costing* yang digunakan sebagai dasar acuan dalam melakukan analisa terhadap permasalahan yang terjadi.

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN dan GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menyajikan tentang sumber data, metode pengumpulan data, subyek dan obyek penelitian, metode analisis data, sejarah singkat perusahaan, lokasi perusahaan dan gambaran umum mengenai perusahaan.

BAB IV. ANALISIS DATA dan PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan tentang deskripsi data penelitian, analisis data dan pembahasan hasil penelitian. Analisis data yang dilakukan adalah menganalisis perhitungan biaya produksi yang telah dilakukan oleh PT. Merak Mekar Abadi selama ini, menganalisis kelemahan perhitungan biaya produksi PT. Merak Mekar Abadi, melakukan perhitungan *target cost* berdasarkan pada target harga yang telah ditentukan, kemudian mengupayakan pengurangan biaya dengan mengurangi biaya-biaya yang dapat dikurangkan untuk mencapai *target cost* yang telah ditentukan.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan tentang kesimpulan umum dan saran dari penelitian yang telah dilakukan.

