

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejalan dengan perkembangan dunia usaha, setiap perusahaan berlomba untuk mampu memunculkan inovasi-inovasi baru agar dapat bersaing di pasar. Perkembangan perusahaan diharapkan mampu memberikan pendapatan yang lebih besar. Untuk berkembang dan memasuki pasar baru, tentunya perusahaan akan menghadapi banyak persaingan. Semakin ketatnya persaingan mengharuskan setiap perusahaan untuk dapat menentukan strategi bersaing yang terbaik sehingga memiliki keunggulan kompetitif dibanding para pesaingnya. Tentu saja manajemen harus mampu mengelola perusahaan secara efektif dan efisien, serta menciptakan kebijakan dan strategi yang dapat memberikan keuntungan perusahaan. Dengan demikian, perusahaan mampu bertahan di pasar yang telah ada dan mengembangkan diri di pasar lainnya.

Selama ini, UD Mulya yang mulai berdiri sejak 1985 dan beralamat di Jalan Klenteng No. 42, Bandung merupakan perusahaan yang menjual kayu Jati dengan ukuran per meter kubik. Perusahaan ini memiliki karyawan dengan jumlah 11 orang yang terdiri dari tukang potong kayu, penjaga gudang, dan operator mesin potong kayu. Omset dari UD Mulya selama ini berkisar antara 450 – 500 juta per bulan. Karena banyaknya pesanan dan keinginan untuk mengembangkan usahanya di pasar yang lebih luas, UD Mulya berencana untuk memproduksi *furniture* berupa almari, meja, dan

kursi. Namun, untuk memasuki pasar baru di bidang *furniture* dan mengembangkan diri, UD Mulya harus mampu bersaing dengan barang sejenis yang ada di pasaran. UD Mulya harus memilih metode yang tepat dalam menentukan biaya produksi sehingga harga yang ditawarkan dapat menarik dan memberikan kepuasan bagi para konsumennya.

Di bawah ini merupakan foto *prototype* dari produk UD Mulya yang akan diproduksi mulai bulan April 2014

Gambar 1.1



Penentu keberhasilan dalam kebanyakan industri seperti industri kayu dan *furniture* adalah kualitas dan harga. Konsumen cenderung memilih produk dengan kualitas yang baik tetapi dengan harga yang terjangkau. Perusahaan harus berusaha untuk beroperasi dengan biaya yang lebih rendah atau sama dengan perusahaan lain agar dapat bersaing di pasar. Harga jual suatu produk yang ditetapkan oleh perusahaan biasanya terkait dengan besarnya biaya yang digunakan untuk memproduksi. Biaya produksi merupakan kumpulan dari biaya-biaya yang timbul akibat aktivitas operasional perusahaan. Aktivitas

tersebut meliputi pengolahan bahan baku menjadi barang jadi hingga barang tersebut siap untuk dijual. Biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan 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.

Perusahaan harus berusaha mengurangi biaya yang dikeluarkan pada proses produksinya sehingga menghasilkan produk yang harganya dapat bersaing di pasar. Suatu alat atau metode yang dapat digunakan untuk mengatasi masalah tersebut adalah dengan menggunakan metode *target costing*. Konsep *target costing* ini sangat sesuai, sejalan dengan meningkatnya persaingan serta tingkatan penawaran yang jauh melampaui tingkat permintaan. Kekuatan pasar memberi pengaruh yang semakin besar terhadap tingkat harga. *Target costing* diperlukan untuk dapat mencapai tujuan perusahaan dalam rangka pengurangan biaya (*cost reduction*), yang pada akhirnya akan membawa dampak terhadap tingkat harga yang kompetitif.

Target costing 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. *Target costing* 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. Pentingnya penerapan *target costing* bagi perusahaan mendorong penulis untuk mengajukan skripsi berjudul “**Target Costing untuk Produk Almari pada UD Mulya.**”

1.2 Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini rumusan masalah adalah sebagai berikut:

Bagaimana perhitungan biaya produksi dengan menggunakan metode *target costing* pada UD Mulya?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan perumusan masalah yang akan dibahas, permasalahan dibatasi pada produk almari yang akan diproduksi pada bulan April 2014.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui cara perhitungan biaya produksi dengan metode *target costing* pada UD Mulya.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis, sebagai sarana mempraktekkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama kuliah di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

2. Bagi UD Mulya, hasil penelitian ini diharapkan mampu membantu perusahaan dalam menentukan menghitung biaya produksi sehingga perusahaan mampu mengembangkan usahanya dan bersaing di pasar.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah studi kasus dengan menggunakan objek tertentu, yaitu mengenai pengumpulan biaya yang termasuk biaya produksi dan penentuan harga pokok produksi di perusahaan. Studi kasus adalah penelitian dengan cara membandingkan data-data yang diperoleh dari perusahaan dengan data-data yang berasal dari kajian teori yang kemudian dievaluasi untuk mengetahui perbedaan-perbedaan sehingga didapati kebaikan atau kelemahan yang diperoleh dari perusahaan.

1.6.2 Objek Penelitian

Penelitian untuk mengetahui cara perhitungan biaya produksi almari menggunakan metode *target costing* dilakukan di UD Mulya yang berlokasi di Jalan Klenteng no.42, Bandung.

1.6.3 Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer yang digunakan berupa informasi dan keterangan yang diperoleh dari wawancara langsung dengan pemimpin dan karyawan di UD Mulya.

2. Data Sekunder

Merupakan data pendukung berupa kajian dari sumber lain yang mempunyai hubungan dengan pokok permasalahan yang diteliti. Data ini diperoleh dari buku-buku referensi dan pemeriksaan dokumen perusahaan.

1.6.4 Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara

Pengumpulan data melalui metode wawancara ini dilakukan secara langsung dengan pemimpin dan karyawan UD Mulya.

2. Observasi

Pengumpulan data melalui metode observasi dengan cara melihat langsung mengenai kegiatan yang dilakukan oleh UD Mulya.

3. Dokumentasi

Pengumpulan data primer dan sekunder yang tersedia pada UD Mulya.

1.6.5 Metode Analisis Data

1. Mengumpulkan informasi yang berhubungan dengan *target costing*.
2. Memperoleh data-data perusahaan mengenai gambaran umum perusahaan, biaya produksi, biaya non produksi, dan data-data pendukung lainnya.

3. Mengevaluasi serta melaksanakan langkah-langkah dalam penerapan target costing yaitu menentukan *allowable cost*, menghitung jumlah *drifting cost* perusahaan, serta melakukan *value engineering* untuk menekan biaya produksi dan non produksi perusahaan
4. Menarik kesimpulan dan memberikan saran untuk dijadikan sebagai bahan masukan bagi perusahaan.

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi yang berjudul “Target Costing untuk Produk Almari pada UD Mulya” terdiri dari lima bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, metode analisis data, dan sistematika penulisan.

BAB II : *TARGET COSTING*

Bab ini berisi tentang konsep biaya, klasifikasi biaya, harga, metode penentuan harga, harga pokok produksi, konsep *target costing*, karakteristik *target costing*, hubungan antara *standar costing* dan *target costing*, tahap pelaksanaan *target costing*, langkah-langkah dalam menentukan *target costing*, dan penetapan margin laba.

BAB III : GAMBARAN UMUM UD MULYA

Bab ini berisi tentang sejarah singkat perusahaan, lokasi perusahaan, produk yang diproduksi, proses produksi.

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang analisis dan pembahasan penulis terhadap data yang dikumpulkan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang penulis peroleh dari hasil analisis dan pembahasan yang ada di BAB IV dan saran-saran dari penulis berdasarkan kesimpulan.