

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Perdagangan Indonesia kini dihadapkan dengan perdagangan bebas atau AFTA (*Asean Free Trade Area*), yang menyebabkan perusahaan di setiap negara khususnya di wilayah ASEAN dihadapkan dengan persaingan global. Persaingan global yang terjadi di semua lini usaha pada era perdagangan bebas ini membawa berbagai macam dampak bagi perekonomian Indonesia, (Narsa dan Yuniawati, 2003). Adapun dampak positifnya adalah memberikan peluang bagi Indonesia untuk mengeksport produk yang semakin luas. Sedangkan dampak negatifnya adalah persaingan yang terjadi bukan hanya antar pelaku bisnis domestik, tetapi melibatkan pula pelaku bisnis dari luar negeri yang semakin bebas memasarkan produk di Indonesia, (Tandiontong dan Anggraini, 2011).

Dalam kondisi persaingan yang semakin kuat, setiap usaha dituntut untuk memiliki keunggulan yang tinggi agar dapat bertahan dan memenangkan persaingan untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan. Salah satu tujuan perusahaan yang utama adalah untuk memperoleh laba semaksimal mungkin dan meminimalisasikan biaya seminimal mungkin tanpa mengurangi kualitas yang terdapat dalam sebuah produk tersebut. Perusahaan jasa dan manufaktur pada hakikatnya sama yaitu bertahan hidup dan dapat bersaing di

pasar yang kompetitif, berorientasi pada konsumen dan mencapai tujuan utama yaitu pencapaian laba yang telah ditargetkan (Kotler, 2009).

Dalam mencapai tingkat laba yang diinginkan, ada beberapa langkah yang perlu dilakukan oleh perusahaan, yaitu: melakukan produksi dengan efisien sehingga biaya produksi rendah dengan tetap menjaga kualitas produksi, menetapkan harga jual produk sesuai dengan laba yang diharapkan dengan memperhatikan harga jual produk pesaing serta meningkatkan volume penjualan (Angela, 2008).

Cara yang terbaik bagi perusahaan agar laba dapat tercapai di tengah ketatnya persaingan yaitu dengan mengurangi biaya. Perusahaan membutuhkan suatu alat yang efektif untuk menekan biaya tanpa mengurangi nilai produknya bagi konsumen (Himawan dan Pendajaya, 2005). Biaya merupakan faktor yang memiliki peran penting dalam mempengaruhi laba. Dengan adanya laba dapat menjamin kemenangan perusahaan dalam melakukan persaingan di pasar. Bagi perusahaan manufaktur, perencanaan biaya harus lebih strategis karena sebagai dasar untuk menentukan harga jual produk yang dihasilkan perusahaan. Laba adalah selisih pendapatan atas biaya – biaya yang terjadi sehubungan dengan usaha untuk memperoleh pendapatan tersebut selama periode tertentu, (Soemarso, 2009:234)

Harga jual produk yang ditetapkan oleh suatu perusahaan diharapkan mampu bersaing di pasaran. Penentuan harga jual merupakan hal yang tidak mudah. Tentunya biaya produksi berpengaruh besar terhadap harga jual. Harga jual yang terlalu tinggi dapat berakibat kalahnya perusahaan dalam persaingan,

sedangkan harga jual yang terlalu rendah dapat mengakibatkan tidak tercapainya tujuan perusahaan untuk memperoleh laba pada tingkat yang diinginkan. Maka biaya produksi memiliki peran penting dalam meningkatkan laba perusahaan, (Christian, 2013). Berdasarkan hal tersebut, seringkali perusahaan menggunakan beberapa metode untuk mengendalikan biaya, seperti: *Activity Based Costing (ABC)*, *Strategic Cost Management (SCM)*, *Activity Based Management (ABM)*, *Target Costing (TC)*, dan metode lainnya. Dari metode diatas, *target costing* berdiri sendiri sebagai cara terbaik untuk meningkatkan pengembangan produk, penetapan harga, manajemen produksi dan biaya penjualan, (Lockamy dan Smith, 2000).

Dalam memperoleh laba yang maksimum, perusahaan harus menghasilkan produk pada tingkatan mutu dan nilai yang sesuai dengan keinginan konsumen serta dalam volume, waktu, biaya dan harga target yang tepat (Himawan dan Pendajaya, 2005). Sedangkan menurut Ford (1923 dalam Blocher *et, all*, 2011:617) Dengan demikian, perusahaan menetapkan biaya yang harus dikeluarkan berdasarkan harga kompetitif, sehingga perusahaan dapat memperoleh laba yang diharapkan, ini merupakan tehnik perhitungan biaya berdasarkan target atau *target costing*.

Mildawati (2012) secara umum, *target costing* mempunyai karakteristik yaitu untuk diterapkan dalam tahap pengembangan dan perencanaan, dan costing ini berbeda dari sistem pengendalian biaya standar yang diterapkan dalam tahap produksi, mengurangi biaya. Selain itu, di Amerika Serikat penerapan *target costing* mulai digunakan sebagai suatu metode manajemen. Metode ini bukan

biaya sebagai metode pengendalian biaya, tetapi merupakan suatu pendekatan komprehensif untuk manajemen biaya dan laba.

Berdasarkan hasil penelitian dari Supriyadi (2013) dengan judul Penerapan *Target Costing* Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Perusahaan Studi Kasus Pada Usaha Dagang Eko Kusen menyimpulkan bahwa berdasarkan hasil perhitungan mengenai penerapan *target costing*, yang menunjukkan bahwa penerapan *target costing* pada UKM Usaha Dagang Eko Kusen lebih efisien jika dibandingkan dengan yang dilakukan oleh perusahaan selama ini, dan juga merupakan alternatif yang baik bagi perusahaan untuk menekan biaya produksinya, dimana dengan penerapan *target costing* maka perusahaan dapat memperoleh penghematan biaya dari biaya yang dikeluarkan sebelum menggunakan metode *target costing*.

Malue (2013) melakukan penelitian dengan judul Penerapan *Target Costing* Dalam Sistem Pengendalian Biaya Produksi pada PT Celebes Mina Pratama. Metode Penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif yang menjelaskan secara sistematis, aktual dan akurat mengenai bukti atau fakta-fakta dan karakteristik hal-hal yang berkaitan dengan penerapan *target costing* pada PT Celebes Mina Pratama. Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa dengan adanya *target costing*, perusahaan dapat melakukan pengendalian atas biaya yang lebih baik jika dibandingkan dengan metode yang selama ini digunakan oleh perusahaan. Untuk itu sebaiknya perusahaan harus lebih meningkatkan pengawasan terhadap pengeluaran biaya-biaya produksi dan nonproduksi sehingga pengeluaran biaya perusahaan lebih efisien. karena dengan adanya *target*

*costing* perusahaan dapat mengurangi biaya tanpa menurunkan kualitas produk yang dihasilkan sehingga otomatis perusahaan dapat meningkatkan keuntungan.

Di Indonesia sendiri, khususnya di Bandung kini semakin banyak produk sepatu yang kualitas dan harganya dapat dijangkau oleh berbagai lapisan masyarakat. Misalnya saja di Cibaduyut, masyarakat dapat dengan mudah menjumpai sepatu dengan berbagai macam desain, warna, harga serta kualitas. CV. Onderhoud Company merupakan salah satu perusahaan sepatu kulit yang ada di Bandung. Perusahaan ini memproduksi sepatu dengan berbahan kulit sapi asli yang bisa di pesan sesuai dengan selera yang di inginkan konsumen. Selain memproduksi sepatu, CV. Onderhoud Company memproduksi *leathermerch* atau aksesoris berbahan kulit seperti, gantungan kunci, sabuk, dompet, binder, tas, dan lainnya untuk digunakan baik wanita maupun pria berdasarkan *made by order*.

Umumnya perusahaan sepatu dan lainnya beroperasi dengan mengembangkan dan memproduksi barang terlebih dahulu. Kemudian mulai menghitung biaya yang dikeluarkan untuk jenis produksi tersebut dan menetapkan harga jual bagi produknya, setelah itu perusahaan menyiapkan produk tersebut untuk dipasarkan. Namun berbanding terbalik dengan CV. Onderhoud Company yang menerapkan *target costing*. Dengan menggunakan *target costing* terlebih dahulu perusahaan dapat menentukan laba yang diharapkan perusahaan, kemudian perusahaan mengembangkan produknya dan mengendalikan biaya – biaya produksi yang dikeluarkannya agar sesuai dengan apa yang telah di tetapkan. Untuk megetahui lebih jelas mengenai data *target costing* dan harga pokok produksi CV. Onderhoud Company dapat dilihat pada tabel 1.1

Berikut ini adalah data mengenai *target costing* dan harga pokok produksi CV. Onderhoud Company Shoes and Leather pada tahun 2014.

**Tabel 1.1**  
***Target Costing* dan Harga Pokok Produksi Sepatu CV Onderhoud Company**

Jenis Sepatu	<i>Target Costing/</i>	Harga Pokok
	Pasang	Produksi/ Pasang
Sepatu Pendek Simple	Rp 450.000	Rp 493.000
Sepatu Pendek Rumit	Rp 480.000	Rp. 506.000
Sepatu Tinggi Simple	Rp 520.000	Rp. 542.000
Sepatu Tinggi Rumit	Rp 530.000	Rp. 555.000

Sumber : Laporan Keuangan CV. Onderhoud Company, Tahun 2014

CV. Onderhoud Company pada kenyataannya setelah menerapkan *target costing* selama empat tahun belum mencapai laba maksimum sesuai dengan apa yang ditargetkan. Hal ini terjadi dikarenakan biaya produksi yang sangat tinggi sehingga sulit untuk memaksimalkan laba bagi perusahaannya. CV. Onderhoud Company sering terjadi penurunan laba dan bahkan laba melonjak sangat tinggi pada bulan selanjutnya. Hal ini diduga, disebabkan oleh tidak maksimalnya penerapan *target costing* untuk meningkatkan laba perusahaan.

Berdasarkan hasil kunjungan langsung ke perusahaan didapatkan data laba CV. Onderhoud Company periode bulan Juni 2014- September 2014, berikut ini adalah data mengenai laba periode bulan Juni 2014 – September 2014 pada tabel 1.2.

**Tabel 1.2**  
**Laba CV. Onderhoud Company periode bulan Juni 2014 – September 2014**

<b>Bulan</b>	<b>Laba</b>
Juni 2014	Rp. 29.893.200
Juli 2014	Rp. 24.002.700
Agustus 2014	Rp. 20.714.100
September 2014	Rp. 25.986.500

Sumber : Laporan Laba – Rugi CV. Onderhoud Company , Periode Bulan Juni – September 2014

Selain itu, CV. Onderhoud Company belum mampu mengendalikan harga pasar yang semakin kompetitif. Semakin hari persaingan harga yang semakin tinggi, perusahaan lain mampu menurunkan biaya – biaya dengan mudah sedangkan produk sepatu yang dibuat CV. Onderhoud Company adalah sepatu dengan kualitas tinggi yang tidak mudah untuk menurunkan harga sesuai dengan permintaan pasar. Tentunya kunci utama keberhasilan dalam menerapkan *target costing* adalah mampu mengendalikan biaya – biaya sehingga perusahaan mendapatkan laba yang maksimum.

Berdasarkan uraian, manfaat, dan fenomena *target costing*, maka penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian dan menuangkan ke dalam sebuah skripsi dengan judul : “**Analisis Penerapan *Target Costing* Untuk Meningkatkan Laba Perusahaan (Studi Kasus Pada CV. Onderhoud Company Shoes and Leather)**”.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka penulis mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan *target costing* pada CV. Onderhoud Company Shoes and Leather?
2. Bagaimana peningkatan laba yang diperoleh setelah melakukan penerapan *target costing* pada CV. Onderhoud Company?
3. Bagaimana penerapan *target costing* meningkatkan laba pada CV. Onderhoud Company Shoes and Leather?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui *penerapan target costing* pada CV. Onderhoud Company Shoes and Leather.
2. Untuk mengetahui peningkatan laba yang diperoleh setelah melakukan penerapan *target costing* pada CV. Onderhoud Company.
3. Untuk mengetahui penerapan *target costing* meningkatkan laba pada CV. Onderhoud Company Shoes and Leather.



## 1.4 Kegunaan Penelitian

### 1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sarana informasi untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan dalam penerapan *target costing* untuk meningkatkan laba perusahaan.

### 1.4.2 Kegunaan Praktis

Dengan adanya penelitian ini penulis mengharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak antara lain:

#### 1. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat bermanfaat sebagai informasi dan bahan masukan yang baik bagi kepentingan pihak perusahaan untuk meningkatkan laba perusahaan dengan menggunakan metode *target costing* di CV.

Onderhoud Company Shoes and Leather.

#### 2. Bagi Penulis

Dengan dibuatnya skripsi ini, penulis dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan yang baru mengenai permasalahan yang diteliti, khususnya yang berhubungan dengan penerapan metode *target costing* untuk meningkatkan laba perusahaan.

#### 3. Bagi Pihak Lain

Bagi masyarakat umum dan pihak lain, dengan skripsi ini semoga dapat bermanfaat sebagai bahan acuan untuk menambah informasi, pengetahuan, referensi dan wawasan yang baru terhadap pengaruh penerapan *target costing* terhadap peningkatan laba perusahaan dan sebagai bahan masukan untuk penelitian selanjutnya mengenai topik yang bersangkutan.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Dalam pembahasan skripsi ini diuraikan dalam 5 (lima) bab yaitu sebagai berikut:

### BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan tentang latar belakang, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

Pada bab ini berisi teori-teori yang digunakan sebagai bahan penelitian. Bab ini juga membahas penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi landasan teori serta kerangka pemikiran.

### BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan objek dan metode penelitian yang digunakan, definisi dan pengukuran variabel penelitian, sumber dan teknik pengumpulan data, serta metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan deksripsi dari objek yang diteliti, mengenai data yang telah diperoleh, menganalisis data yang telah diperoleh serta digunakan untuk menyelesaikan persoalan.

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini diuraikan mengenai kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian dan dapat memberikan saran yang tepat untuk perusahaan yang diteliti.

