

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perekonomian di Indonesia saat ini semakin berkembang, persaingan dibidang industri dari waktu ke waktu semakin ketat. Perkembangan industri tidak hanya pada usaha besar saja, melainkan pada usaha kecil dan menengah atau UMKM. Usaha Mikro Kecil dan Menengah disingkat dengan UMKM merupakan salah satu industri yang turut bersaing dalam memajukan perekonomian di Indonesia.

Makanan ringan dan oleh-oleh kian menjadi daya tarik lebih para wisatawan yang berwisata ke kota Bogor. Fenomena ini terlihat dari banyaknya perusahaan dan toko kue yang tersebar diwilayah kota Bogor dan jumlahnya pun semakin bertambah dari tahun ke tahun. Perusahaan kue kecil kesulitan dalam bersaing dan mengembangkan usahanya di kota Bogor, hal ini karena sudah banyak perusahaan makanan ringan dan oleh-oleh yang sudah besar dan terkenal hingga ke luar kota. Kondisi ini menyebabkan perusahaan kecil kesulitan dalam mendapatkan konsumen, perusahaan kecil perlu terus berinovasi, beradaptasi dan berkembang sesuai dengan selera konsumen yang kian semakin kian kompleks.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM), usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah ini. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan.

Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang mengelola barang mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Proses produksi dilakukan oleh perusahaan manufaktur terdiri dari barang-barang, bahan-bahan serta unsur-unsur lainnya yang masuk dalam proses produksi. Pada kegiatan mengelola bahan baku menjadi produk jadi atau setengah jadi diperlukan bahan baku, tenaga kerja langsung atau jasa lainnya yang dikelompokkan dalam *overhead* pabrik.

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.

Demi kelangsungan hidup perusahaan, maka harus dilakukan pengendalian terhadap biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan dan mengurangi biaya yang tidak efektif dalam kegiatannya. Biaya produksi merupakan salah satu bagian dari langkah-langkah intern yang dilakukan perusahaan dalam usaha meningkatkan efisiensi, pengendalian biaya terutama harus diselaraskan terhadap tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan, salah satu tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan adalah memperoleh laba yang maksimal dengan mengeluarkan biaya yang serendah rendahnya. Oleh karena itu dengan mengendalikan biaya produksi perusahaan berharap akan mendapatkan laba yang besar. Laba adalah keuntungan yang didapat dari aktivitas usaha perusahaan. Menurut Ardianto (2019:100) Laba merupakan kelebihan total pendapatan dibandingkan total bebannya, disebut juga pendapatan bersih atau *net earning*.

Untuk dapat lebih efisien dalam mengelola biaya produksi maka dibutuhkan metode perhitungan biaya produksi yaitu dengan menerapkan *target costing*. *Target costing* adalah suatu metode pengendalian biaya yang dilakukan perusahaan untuk menentukan harga pasar yang kompetitif dengan cara menentukan terlebih dahulu biaya yang digunakan untuk proses produksi, dengan demikian laba yang diharapkan perusahaan dapat diperoleh secara maksimal. *Target Costing* merupakan suatu sistem dimana penentuan harga pokok produk adalah sesuai dengan yang diinginkan (target) sebagai dasar penetapan harga jual produk yang akan memperoleh laba yang diinginkan, atau penentuan harga pokok sesuai dengan harga jual yang pelanggan rela membayarnya.

Dengan *target costing* perusahaan dapat merancang sebuah produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen sekaligus dapat mencapai target laba perusahaan secara bersamaan, karena *target costing* mempertimbangkan seluruh biaya produk dalam siklus hidup produk, dan bertujuan untuk menurunkan biaya total seluruh produk. Pada kasus ini peneliti akan menerapkan metode *target costing* pada LaQuisha PastaNda yang diprediksikan dapat menjadi metode yang tepat untuk membantu mengatasi masalah dalam pemaksimalan laba yang sedang dialami oleh perusahaan tersebut. Dalam penggunaan metode *target costing* akan ditekankan untuk meminimalisir atau mengurangi biaya produksi pada tahap perencanaan dan desain produk.

Melalui *target costing* dapat diketahui berapa besar selisih biaya yang dianggarkan dengan biaya yang terjadi yang memungkinkan perusahaan untuk mencapai keuntungan. Metode apapun yang digunakan, biaya selalu memegang peranan yang penting untuk memperhitungkan dan memiliki pengaruh yang besar terhadap penjualan suatu produk, dan sangat berkaitan dengan target laba yang dicapai oleh suatu perusahaan. Berdasarkan dari latar belakang masalah diatas, maka peneliti ingin melakukan penelitian yang membahas mengenai "**IMPLEMENTASI TARGET COSTING DALAM UPAYA PENINGKATAN LABA PERUSAHAAN (Studi Pada LaQuisha PastaNda)**".

1.2 Identifikasi Masalah

Dengan mempertimbangkan uraian latar belakang masalah diatas peneliti mengidentifikasi masalah yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana dampak penerapan metode *target costing* terhadap usaha untuk mengurangi biaya produksi.
2. Diperlukannya metode *target costing* dalam pengendalian biaya produksi untuk meningkatkan laba pada LaQuisha PastaNda.

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan peneliti agar masalah yang diteliti memiliki ruang lingkup dan arah yang jelas, maka peneliti memberikan batasan masalah sebagai berikut:

1. Efisiensi biaya produksi dengan menggunakan metode *Target Costing* untuk peningkatan laba pada LaQuisha PastaNda.
2. Perusahaan yang dipilih untuk penelitian adalah perusahaan LaQuisha PastaNda Periode 2022.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah yang dikemukakan diatas, maka perumusan masalah dalam peneliitian ini adalah:

1. Apakah perhitungan biaya dengan metode *Target Costing* dapat meningkatkan laba pada LaQuisha PastaNda?
2. Apakah metode *Target Costing* dapat menjadi alternatif dalam menghemat biaya produksi?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perhitungan biaya dengan metode *Target Costing* dapat meningkatkan laba pada LaQuisha PastaNda.
2. Untuk mengetahui metode *Target Costing* dapat menjadi alternatif dalam menghemat biaya produksi.

1.6 Manfaat penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dikemudian hari bagi semua pihak yang dapat digolongkan seperti:

1. Bagi Penulis

Penulis memperoleh manfaat dan menambah pengetahuan dalam memahami penerapan metode *target costing* dalam meningkatkan laba perusahaan pada LaQuisha PastaNda.

2. Bagi pembaca

Hasil dari penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk mengembangkan dan menambah pengetahuan sehingga dapat memberikan wawasan yang lebih luas mengenai penerapan *target costing* dalam meningkatkan laba perusahaan.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan masukan dan referensi bagi peneliti selanjutnya yang lebih dalam mengenai penerapan metode *target costing*.

4. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai informasi bagi perusahaan dalam upaya meningkatkan laba perusahaan menggunakan metode *target costing*.

5. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi penelitian selanjutnya terkait metode *target costing* yang dapat digunakan dalam perusahaan yang sama atau bentuk usaha yang berbeda.

1.7 Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi tentang teori-teori berupa pengertian dan definisi yang berhubungan dengan biaya, *target costing*, harga jual serta membahas tentang biaya produksi yang diambil dari kutipan buku, jurnal dan skripsi yang berkaitan dengan penulisan penelitian ini dan penelitian terdahulu.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, subjek dan objek, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian dan peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.