

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, dunia bisnis mengalami persaingan yang sangat ketat, persaingan memang sangat diperlukan disegala bidang karena dengan adanya persaingan akan semakin termotivasi dalam diri setiap individu untuk memacu dirinya meningkatkan kualitas sehingga mampu berlomba atau bersaing dengan siapa saja. Persaingan yang terjadi di pasar global menuntut sebuah perusahaan memiliki cara pengelolaan yang efisien dan efektif dalam kinerja usahanya.

Efisiensi berkaitan dengan bagaimana mencapai sasaran, yakni bahwa perlu adanya upaya untuk mencapai sasaran dengan tidak asal tercapai, tetapi dengan penggunaan sumber daya secara optimal. Efisiensi hanya terjadi pada suatu organisasi yang memiliki sistem individu yang baik. Sistem yang baik adalah yang bekerja atas dasar perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian, serta konsisten dengan mekanisme tersebut. Ketepatan waktu dalam melakukan semua sistem manajemen perusahaan wajib dilakukan perusahaan guna mencapai sasaran atau tujuan tersebut.

Dalam persaingan yang semakin kompetitif, dimana salah satu unsur terpentingnya adalah harga, menuntut badan usaha untuk menerapkan strategi penetapan harga yang tepat serta meningkatkan

efisiensi biaya produknya untuk dapat bersaing di pasar. Strategi penetapan harga yang tidak tepat dapat menyebabkan gagalnya produk suatu badan usaha untuk dapat bersaing di pasar. Target costing pada awalnya muncul karena ada persaingan pasar yang ketat dalam berbagai industri yang bertujuan untuk memenuhi harapan konsumen atas produk yang dihasilkan. Perusahaan menyadari bahwa mutu atas suatu produk perlu dirancang sebelum diproduksi dan dipasarkan ke konsumen. Target costing menentukan biaya yang diharapkan untuk suatu produk berdasarkan harga yang kompetitif, sehingga produk tersebut dapat mencapai laba yang diinginkan. Jadi, biaya ditentukan oleh harga. Perusahaan yang menggunakan *target costing* harus menentukan ukuran-ukuran penentu biaya yang ketat atau merancang ulang produk atau proses produksi agar dapat memenuhi harga yang ditentukan pasar dan tetap dapat memperoleh laba.

Penerapan target costing pada perusahaan mempunyai tujuan yang bervariasi tergantung kepada perusahaannya, karena di dalam penerapan target costing itu sendiri lebih menekankan kepada pentingnya penetapan harga dan penentuan laba sebelum perhitungan target cost, serta menekankan pentingnya perencanaan biaya untuk mengurangi biaya-biaya yang dapat menyebabkan kelebihan harga pada produk.

Saat ini untuk membuktikan suatu perusahaan dapat unggul dari perusahaan lainnya yaitu dengan diminatinya produk atau jasa yang diluncurkan oleh para produsen. Salah satu cara yang ditempuh oleh perusahaan yaitu dengan memberikan pelayanan yang maksimal kepada para konsumen, baik itu dibidang usaha manufaktur maupun bidang usaha layanan jasa.

Persaingan ketat dalam dunia bisnis khususnya di Indonesia mengharuskan setiap perusahaan memiliki perencanaan usaha yang baik. Banyak perusahaan yang hanya mempunyai sedikit kontrol atas harga. Pasar benar-benar menentukan harga dan perusahaan yang tidak mau berusaha mengetahui hal ini akan berbahaya. Karena itu, antisipasi dari harga pasar dilakukan dengan menggunakan *target costing*. Hal ini berpengaruh banyak dalam kesuksesan perusahaan tersebut yang dapat dilihat dari keuntungan atau laba yang di dapatkan. *Target Costing* yang merupakan metode perencanaan laba dan manajemen biaya yang di fokuskan pada produk dengan mempertimbangkan proses manufaktur sehingga *target costing* ini digunakan oleh perancang sebelum produk dan proses desain dilakukan untuk mencapai tujuan. Untuk tetap dapat bersaing dengan kompetitor sejenis, perusahaan harus mampu memanajemen biaya yang mungkin terjadi untuk setiap produk yang dihasilkan. Seorang manajer harus mampu menganalisa setiap item-item / variabe-variabel biaya yang menjadi biaya tetap, biaya variabel dan biaya

overhead pabrik agar dapat menekan biaya-biaya dalam memproduksi suatu produk baru.

Dengan penerapan kalkulasi biaya target, para manajer mempertanyakan apakah kalkulasi biaya standar perlu diganti atau dimodifikasi untuk memasukan pendekatan baru. Ini akan memberikan mereka sistem biaya total dengan kalkulasi biaya target yang mendukung proses pengurangan biaya dalam tahap pabrikasi produk yang ada. Hal ini dilakukan mulai dari proses perencanaan produk tertentu yang memuaskan kebutuhan pelanggan dan kemudian menetapkan biaya target dengan mengurangi target biaya.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis akan membahas suatu analisis *target costing* dengan judul "**Penerapan Analisis *target costing* dalam penentuan biaya produksi pada distro Premium Nation**".

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka dengan itu rumusan masalah antara lain :

1. Bagaimana perhitungan penetapan biaya produksi dengan analisis target costing pada Distro Premium nation ?
2. Apakah Penentuan Biaya Produksi dengan Pendekatan *Target Costing*, Dapat Menurunkan Harga Pokok Produk pada distro Premium Nation?

C. Tujuan Dan Manfaat Penulisan

Tujuan Penulisan dalam penerapan Sisten Target Costing dalam penentuan biaya produksi pada Distro Premiun Nation adalah :

1. Untuk mengetahui penentuan biaya produksi dan peranan *target costing* sebagai alat bantu manajemen dalam petencanaan harga pokok produk pada distro Premium Nation.
2. Menganalisis *target costing* dalam menentukan biaya produksi pada perusahaan distro Premium Nation.

Manfaat penulisan dalam penerapan Sisten Target Costing dalam penentuan biaya produksi pada Distro Premiun Nation adalah:

1. Bagi penulis

Untuk menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman meneliti mengenai penerapan analisis *target costing* dalam penentuan biaya produksi pada distro Premium Nation

2. Bagi perusahaan

Sebagai informasi masukan untuk mempermudah manajemen dalam melakukan penentuan biaya produksi dengan analisis *target costing*.