

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah Penelitian

1.1.1. Latar Belakang Masalah

Di dalam pertumbuhan dan perkembangan dunia usaha dewasa ini, dimana tingkat persaingan antara usaha besar dan usaha kecil telah demikian ketatnya. Hal ini disebabkan karena masing-masing pemilik usaha ingin agar dapat mencapai tujuannya, yang pada umumnya adalah untuk memperoleh keuntungan dari usaha yang dilakukannya.

Salah satu cara agar perusahaan tetap bertahan dalam persaingan usaha yang semakin ketat adalah dengan efisiensi biaya produksinya. Efisiensi biaya yang dimaksud adalah tindakan menurunkan jumlah biaya yang dianggap tidak diperlukan baik pada saat perusahaan melaksanakan produksi maupun pada saat tidak melaksanakan produksi.

Agar dapat membantu para pimpinan perusahaan dalam pembuatan keputusan, maka pemilik usaha perlu memahami dan mengikuti setiap aktivitas dari masing-masing fungsi manajemen dalam perusahaan, salah satunya adalah berkaitan dengan penentuan harga jual, hal ini perlu diperhatikan karena dengan adanya persaingan yang semakin ketat dan kompetitif sehingga membuat penetapan harga jual produk bukan hal gampang. Harga jual kerap ditentukan oleh pasar, sehingga harga pasar (*market price*) digunakan untuk menentukan target biaya yang diselaraskan dengan biaya-biaya yang telah dikeluarkan dalam produksi, yang dikenal dengan masalah target costing.

Hal ini perlu diperhatikan oleh perusahaan mengenai penentuan harga yang didasarkan pada anggapan bahwa produk telah selesai dibuat, telah dihitung harga pokok biayanya dan siap untuk dipasarkan, namun hal itu tidak selalu berlaku, banyak perusahaan besar yang menerapkan urutan yang sebaliknya, artinya perusahaan-perusahaan tersebut telah mengetahui berapa harga jual untuk produknya, sehingga persoalan pokok yang dihadapi oleh

perusahaan tersebut adalah bagaimana cara membuat produk dengan harga jual yang sudah pasti namun tetap menghasilkan margin keuntungan yang memadai tanpa mengorbankan kualitas dan nilai yang akan diserahkan kepada pelanggan.

Target costing merupakan penentuan biaya maksimum yang dimungkinkan bagi pembuatan sebuah produk dan kemudian merancang prototipe yang menguntungkan dengan kendala biaya maksimum yang telah ditetapkan. Mengingat begitu pentingnya masalah *target costing*, maka hal ini perlu diperhatikan oleh konveksi Alton, dimana dalam menjalankan kegiatan produksinya, maka perusahaan perlu menerapkan *target costing* dalam produksinya. Tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan dengan menerapkan *target costing* adalah untuk menentukan harga pokok produk sesuai dengan yang diinginkan (*target*) sebagai dasar penetapan harga jual produk untuk memperoleh laba yang diinginkan oleh perusahaan. Hal ini sangat baik untuk diterapkan oleh perusahaan agar perusahaan dapat mengelola biaya (*cost management*) dengan baik, dan untuk mencapai tujuan perusahaan membentuk sebuah tim untuk pengembangan produk yang bertanggungjawab merancang produk yang dapat dibuat dengan biaya yang tidak lebih besar dari *target* biaya yang telah dihitung oleh perusahaan.

Konveksi Alton merupakan usaha yang memproduksi pembuatan produk gamis wanita muslimah yang sedang berkembang dan memiliki pesaing yang signifikan. Oleh karena itu, agar konveksi ini dapat bertahan dalam persaingan maka konveksi Alton harus dapat merumuskan besarnya biaya produksi secara tepat agar penentuan harga jual produk gamis ini tidak tinggi tanpa mengurangi laba yang telah ditetapkan konveksi Alton yaitu dengan menerapkan *target costing*.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian **“Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Pendekatan *Target Costing* Pada Konveksi Alton “**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian adalah:

1. Bagaimana Perhitungan harga pokok produksi dengan pendekatan *target costing* pada konveksi Alton?
2. Bagaimanakah proses penetapan *target costing* sebagai alat bantu dalam memperhitungkan biaya produksi jika diterapkan pada konveksi Alton?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dijelaskan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk perhitungan harga pokok produksi gamis dengan pendekatan *target costing* di konveksi Alton.
2. Untuk mengetahui proses penetapan *target costing* sebagai alat bantu dalam memperhitungkan biaya produksi jika diterapkan pada konveksi Alton.

1.4. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini antara lain yaitu :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman penulis terkait dengan bagaimana perhitungan harga pokok produksi dengan pendekatan *target costing* secara tepat dengan membandingkan antara teori-teori yang diterima dalam perkuliahan dengan praktek sebenarnya terjadi didalam konveksi ini.

2. Bagi Pemilik Usaha

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan sebagai informasi tentang masalah yang dihadapi oleh para pemilik usaha sehingga dapat dijadikan dasar pengukuran dan pelaksanaan kegiatan operasional.