

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Strategi merupakan proses yang dilakukan suatu organisasi untuk mengambil suatu keputusan. Strategi dilakukan berdasarkan tentang apa yang diharapkan untuk kedepannya. Perumusan strategi merupakan proses penyusunan langkah-langkah ke depan yang dimaksud untuk membangun visi dan misi organisasi, menetapkan tujuan strategis dan keuangan perusahaan, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dalam rangka menyediakan *customer value* terbaik. Salah satu bentuk perencanaan strategi yang dapat digunakan dalam mencapai tujuan perusahaan adalah mengenai penentuan harga jual produk.

Penentuan harga jual dengan tepat, terlebih dahulu harus diketahui harga pokok produksi, karena harga pokok produksi merupakan dasar bagi perusahaan untuk menentukan harga jual. Harga pokok produksi merupakan komponen biaya yang langsung berhubungan dengan produksi. Penetapan harga pokok produksi memegang peranan yang sangat penting pada suatu perusahaan, sebab dari harga pokok dapat dibuat analisa rencana dan kekuatan pemasaran, penentuan harga jual dan sebagai perencanaan laba perusahaan

Perusahaan UD. Rotan Indah merupakan salah satu perusahaan yang memproduksi kursi, keranjang, tas, topi dan lainnya tetapi yang banyak diminat kursi, keranjang dengan perpaduan rotan dan enceng gondok. Perusahaan ini memiliki banyak pesaing bisnis yang tersebar di beberapa wilayah Provinsi Gorontalo. Oleh

karena itu, agar perusahaan mampu bertahan ditengah pesaing tersebut maka perusahaan harus mampu menarik minat konsumen untuk membeli produknya dengan cara menawarkan produk dengan harga jual yang sama dengan harga jual pesaing atau lebih rendah dari harga jual pesaing dengan tidak mengurangi kualitas produknya.

Harga jual produk yang ditetapkan harus mampu menutupi semua biaya-biaya dan pengeluaran yang dilakukan untuk memproduksi barang, dan dapat memperoleh laba yang diinginkan. Tetapi dalam kenyataannya, penentuan harga jual yang didasarkan atas besarnya biaya yang dikeluarkan tidak dapat bertahan di pasar. Karena manajer perusahaan terlebih dahulu menghitung biaya-biaya yang terjadi untuk memproduksi barang, kemudian ditentukan harga jual berdasarkan biaya yang dikeluarkan. Dengan kata lain biaya yang menentukan harga jual. Agar membantu pihak manajemen atau manajer, maka berikut ini sistem pengendalian biaya dengan kalkulasi biaya target (target costing).

Perhitungan biaya target (target costing) ini dikembangkan berdasarkan dua karakteristik penting seperti yang dikemukakan oleh (Garrison, Noreen 2006) “yaitu pasar dan biaya”. Karakteristik yang pertama adalah perusahaan tidak dapat mengendalikan harga, pasarlah (penawaran dan permintaan) yang menentukan harga. Karakteristik yang kedua adalah sebagian besar biaya produk ditentukan pada tahap desain. Saat yang paling tepat untuk mengurangi biaya, umumnya pada tahap desain. Dimana pada tahap desain, perusahaan dapat menentukan bahan-bahan apa yang akan digunakan dalam memproduksi barangnya, bahan yang murah dengan kualitas yang

baik dan sesuai kriteria. Dengan begitu, perusahaan dapat menentukan laba yang diinginkan serta mengendalikan biaya yang akan terjadi dalam memproduksi barang agar tercipta harga yang ditargetkan.

Bagi setiap perusahaan juga sangat penting menargetkan harga, guna untuk bertahan hidup agar memperoleh pendapatan di atas biaya yang telah dikeluarkan (Hansen, Mowen, 2006). Semakin selektifnya para konsumen dalam memilih barang ataupun jasa menyebabkan perusahaan harus dapat menentukan biaya (*costing*) dengan tepat, dan mengurangi biaya yang tidak perlu. Namun tidak mudah untuk mengurangi biaya-biaya yang terjadi begitu saja. Diperlukan perhitungan yang teliti, selektif, dan akurat untuk dapat mengetahui dan menganalisa aktivitas atau pemicu biaya apa saja yang perlu dikurangi, dipertahankan, atau bahkan ditingkatkan. Ada dua pilihan penting yang dapat di ambil untuk memotivasi perusahaan dalam pertimbangannya terhadap penentuan harga jual. Pilihan tersebut yaitu tetap mempertahankan tingkat harga yang berlaku dengan menggunakan kualitas dan kegunaannya, atau menurunkan harga produk untuk merebut pasar dengan tetap mempertahankan standar kualitas tingkat kegunaan produk dengan cara memangkas biaya-biaya *non value added* (Gunawan, 2004).

Adapun yang melatarbelakangi kurangnya pengetahuan dan informasi mengenai penentuan harga jual dengan menggunakan metode *target costing* diduga dipengaruhi oleh pengetahuan pemilik dan pengalaman pemilik (Stiana, 2018) dan (Addinilhaq, 2016). Menurut (stiana, 2018) dalam penelitiannya menunjukkan berdasarkan perhitungan harga pokok produk menurut perhitungan perusahaan.

Diperoleh harga pokok produk sebesar Rp10.657/dus, sedangkan menurut *target costing* harga pokok produk adalah sebesar Rp9.864/dus. Hal tersebut menunjukkan bahwa harga pokok produk menurut *target costing* lebih rendah dari harga pokok produk menurut perhitungan perusahaan. Harga pokok produk menurut *target costing* lebih rendah dikarenakan adanya pengurangan biaya produk. Pengurangan biaya tersebut dilakukan dengan cara mengubah cara pemasaran produk yaitu dengan memasarkan produk melalui perusahaan distributor dan mengurangi jumlah pembelian penolong agar menjadi efisien. (Addinilhaq, 2016) mengemukakan hasil penelitiannya ini menunjukkan hasil yang positif, dimana dengan menggunakan perhitungan biaya produksi dengan menggunakan *target costing* perusahaan dapat menghemat biaya produksi yang dikeluarkan untuk memproduksi satu unit produk. Hasilnya perusahaan dapat menghemat biaya produksi sebesar Rp98.125/unit yang dapat digunakan untuk menekan harga jual produk.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Target Costing Dalam Penentuan Harga Jual Produk (Studi Pada Kerajinan Anyaman UD. Rotan Indah)**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : “Bagaimana penentuan harga jual produk pada kerajinan Anyaman Rotan Indah jika menggunakan metode *Target Costing*?”

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di uraikan diatas, maka penelitian ini bertujuan : “Untuk mengetahui penentuan harga jual yang ditetapkan berdasarkan metode *Target Costing* dibanding dengan harga jual yang ditetapkan oleh kerajinan Anyaman Rotan Indah.”

### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang di dapat dari penelitian ini :

#### 1. Manfaat Teoritis

- a. Dari hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi perusahaan terkait dengan penetapan harga jual produk dengan menggunakan metode *Target Costing*.
- b. Sebagai bahan acuan dan referensi pada penelitian sejenis yang dilakukan di masa yang akan datang.

#### 2. Manfaat Praktis

##### a. Bagi UNG

1. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi guna melakukan penelitian lanjutan yang menggunakan *Target Costing*.
2. Dapat menambah referensi pustaka di Universitas Negeri Gorontalo dan menambah wawasan bagi pembaca.

b. Bagi Perusahaan

Sebagai media tolak ukur kinerja pada saat sekarang ini serta diharapkan mampu memberikan acuan atau tambahan pemikiran bagi perusahaan dalam menggunakan metode Target Costing.

c. Bagi Penulis

Dari hasil penelitian ini dapat manambah bahan pemahaman dan pertimbangan dalam menentukan harga jual.