

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia, hal ini karena Indonesia didominasi oleh pelaku usaha sektor UMKM. Peningkatan kontribusi usaha mikro kecil menengah (UMKM) terhadap pendapatan nasional harus terus diupayakan. UMKM adalah salah satu sektor yang berperan dalam membuka lapangan kerja bagi angkatan kerja di Indonesia (Arianto, 2020). Dalam penjelasan umum undang-undang nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro kecil dan menengah ditegaskan bahwa usaha mikro kecil dan menengah merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional.

Dampak pandemi Covid-19 telah membuat banyak UMKM mengalami berbagai permasalahan seperti penurunan penjualan, distribusi terhambat dan penurunan produksi, selain itu daya beli masyarakat juga mengalami penurunan sehingga mengakibatkan penurunan omset penjualan (Alfin, 2021). Sesuai rilis Katadata Insight Center (KIC), mayoritas UMKM (82,9%) merasakan dampak negatif dari pandemi ini dan hanya sebagian kecil (5,9%) yang mengalami pertumbuhan positif ([www.ekon.go.id](http://www.ekon.go.id), 2021). Terkait dampak pandemi Covid-19

tidak sedikit pelaku UMKM harus gulung tikar, sehingga tidak sedikit pula UMKM harus melakukan PHK kepada karyawan sehingga banyak pihak yang dirugikan.

Harus diakui bahwa dampak pandemi Covid-19 telah membuat penurunan daya beli konsumen, selain itu sebagian harga bahan baku mengalami kenaikan sehingga mempengaruhi harga jual produk yang semakin mahal, sebagian besar konsumen menginginkan barang kualitas tinggi dengan harga yang terjangkau. Disisi lain pelaku usaha dihadapkan dengan masalah bahan baku untuk proses produksi dan juga pelaku usaha menginginkan kenaikan laba yang maksimal, sehingga untuk menetapkan harga jual produk pelaku usaha harus menyesuaikan dengan harga pesaing dan juga harga jual yang bisa di minati konsumen didalam kondisi yang belum setabil seperti di masa pandemi Covid-19.

Harga merupakan faktor penting bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, sehingga dalam menetapkan harga jual suatu produk tidaklah suatu hal yang mudah bagi pelaku usaha. Penetapan harga jual produk memerlukan analisis pasar, analisis produksi dan juga analisis pesaing (Romansyah, 2016). Pelaku usaha harus mempertimbangkan kebijakan-kebijakan dalam penetapan harga jual produk mulai dari biaya produksi, biaya operasi, daya beli masyarakat, harga jual pesaing, target laba yang diinginkan perusahaan, kondisi perekonomian secara umum dan sebagainya (Rudianto, 2013). Kebijakan pelaku usaha dalam menetapkan harga jual produk akan mempengaruhi dalam tercapainya tujuan perusahaan.

Dengan harga jual yang terlalu tinggi konsumen akan enggan membeli produk yang dijual sehingga pelaku usaha akan mengalami penurunan penjualan yang akan berdampak pada laba perusahaan yang ikut menurun, dan sebaliknya jika harga jual produk rendah maka pelaku usaha tidak akan mendapatkan laba yang diharapkan. Agar harga jual produk yang ditetapkan dapat sesuai dengan daya beli masyarakat dengan tetap mempertimbangkan persaingan harga antar kompetitor, maka pelaku usaha harus memiliki strategi ataupun metode dalam menentukan biaya produksi dalam upaya meningkatkan laba pada perusahaan. Perusahaan menggunakan perhitungan biaya produksi berdasarkan target maka harus menurunkan biaya dengan ketat atau dengan merancang ulang produk atau proses produk dalam upaya mengikuti harga produk di pasar yang kompetitif (Kutika, 2018). Terdapat begitu banyak metode dalam penetapan biaya produksi guna mendapatkan laba yang diharapkan, salah satunya yaitu penentuan biaya produksi berdasarkan *target costing*.

Didalam fase penerapan metode *target costing* terdapat langkah-langkah yang perlu dilakukan seperti menentukan harga jual produk yang kompetitif, menentukan laba yang diharapkan oleh perusahaan, menetapkan target biaya produksi, setelah itu perusahaan melakukan rekayasa nilai (*value engineering*) yaitu memodifikasi produk agar memperoleh biaya yang paling rendah dengan tetap memperhatikan kualitas. (Rudianto, 2013).

Penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penerapan *target costing* sebagai metode untuk menentukan biaya produksi dalam perusahaan sehingga dapat meminimalisir biaya produksi yang dikeluarkan dan juga dianggap lebih

efisien dalam penetapan harga jual produk yang sesuai dengan daya beli masyarakat, sehingga dapat berpengaruh terhadap perolehan laba yang diharapkan perusahaan.

(Sumakul, 2018) menyatakan bahwa CV. Verel Tri Putra Mandiri merupakan perusahaan roti, dengan menggunakan *target costing* memperoleh penghematan pengeluaran biaya bahan baku langsung sebesar Rp12.765.000 sebelum menggunakan *target costing* pengeluaran biaya sebesar Rp13.269.000.

(Wardani, 2019) menyatakan penerapan *target costing* pada Shafira *cake and Bakery* memberikan pengaruh terhadap kenaikan laba. Sebelum menggunakan *target costing* laba yang dicapai perusahaan hanya sebesar Rp.1.522.500 sedangkan setelah menggunakan *target costing* laba yang dicapai sebesar Rp.1.691.000 Dengan menerapkan rekayasa nilai Shafira *cake and Bakery* memperoleh penghematan pengeluaran biaya bahan baku langsung sebesar Rp.168.000, sebelum menggunakan *target costing* perusahaan mengeluarkan biaya sebesar Rp.3.527.500 setelah menggunakan *target costing* perusahaan mengeluarkan biaya Rp.3.359.000.

(Hilman, 2021) menyatakan penerapan *target costing* pada UMKM La Tantsa di Banyuwangi memberikan pengaruh terhadap kenaikan laba. Sebelum menggunakan *target costing* laba yang dicapai perusahaan hanya sebesar Rp. 934.000 sedangkan setelah menggunakan *target costing* laba yang dicapai sebesar Rp. 1.800.000. Dengan menerapkan rekayasa nilai UMKM La Tantsa dapat menghemat biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 866.000 yang sebelum

menggunakan *target costing* biaya produksi yang dikeluarkan sebesar Rp. 3.416.000 dan setelah menggunakan *target costing* biaya produksi yang dikeluarkan sebesar Rp. 2.550.000.

Berdasarkan penelitian terdahulu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai *target costing*. Metode *target costing* dapat diterapkan di semua perusahaan yang bergerak di segala bidang yang memiliki tujuan untuk meningkatkan laba. UMKM Istana Kusen adalah salah satu perusahaan kecil menengah yang bisa menerapkan metode *target costing*.

Penelitian yang akan dilakukan saat ini akan mengacu pada penelitian Afthon Hilman (2021), ada beberapa persamaan dan perbedaan antara penelitian Afthon Hilman (2021) dengan penelitian yang akan dilakukan. Persamaan penelitian Afthon Hilman (2021) dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama menggunakan *target costing* dengan tujuan untuk meningkatkan laba perusahaan. Selain itu terdapat perbedaan antara penelitian Afthon Hilman (2021) dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu Objek dan lokasi yang diteliti.

UMKM Istana Kusen merupakan perusahaan kecil menengah yang memproduksi kusen pintu dan cendela, berlokasi di berlokasi Kel. Ringinpitu, Kec. Mojowarno, Kab. Jombang, yang didirikan sejak tahun 2010, manajer UMKM Istana Kusen bernama Bapak Aji Mustofa dengan dibantu empat karyawannya. UMKM Istana Kusen masih menggunakan metode biaya tradisional, yaitu menentukan harga jual sesuai dengan biaya yang dikeluarkan pada saat

produksi dengan biaya pada umumnya dan menggunakan harga sesuai dengan harga pesaing (Rahmawati, 2021).

Dampak dari pandemi Covid-19 membuat UMKM Istana Kusen mengalami penurunan penjualan sehingga berdampak pada laba yang tidak maksimal, selain itu persaingan harga yang kompetitif antar perusahaan sejenis sangat ketat, agar tidak terjadi kerugian akibat penurunan pendapatan dan juga agar harga produk dapat bersaing maka perusahaan harus menggunakan metode atau strategi dalam penentuan biaya produksi guna mendapatkan menetapkan harga produk yang sesuai dengan daya beli masyarakat sehingga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yang nantinya akan mempengaruhi laba perusahaan.

Dengan adanya kejadian tersebut penulis ingin melakukan penelitian, apakah dengan menerapkan metode *target costing* lebih menguntungkan dalam menentukan harga jual produk dengan meminimalisir biaya produksi yang dikeluarkan. Sehingga, pada masa pandemi Covid-19 perusahaan tetap memperoleh laba sesuai yang diharapkan. Oleh karena itu, penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“Penerapan Target Costing Sebagai Upaya Meningkatkan Laba Pada UMKM Istana Kusen Di Masa Pandemi Covid-19”**.

## 1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian digunakan untuk menghindari adanya pelebaran pokok masalah agar peneliti lebih terarah sehingga tujuan peneliti dapat tercapai. Pada penelitian ini fokus penelitiannya adalah penerapan metode *target costing* sebagai upaya meningkatkan laba perusahaan.

## 1.3 Rumusan masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas berikut rumusan masalah, antara lain:

1. Apakah metode *target costing* dapat digunakan untuk peningkatan laba UMKM Istana Kusen pada masa pandemi Covid-19?
2. Bagaimana penerapan metode *target costing* pada UMKM Istana Kusen?

## 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah metode *target costing* dapat digunakan sebagai upaya meningkatkan laba pada masa pandemi Covid-19.
2. Untuk mengetahui bagaimana penerapan metode *target costing* pada UMKM Istana Kusen.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian yang diperoleh, diharapkan dapat bermanfaat untuk hal-hal sebagai berikut:

### 1.5.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan ilmu akuntansi khususnya mata kuliah Akuntansi Biaya mengenai metode *target costing*.

### 1.5.2 Manfaat Praktis

#### a. Bagi Perusahaan

Sebagai sumbangsi berupa pemikiran dalam memperhitungkan kembali biaya-biaya yang harus dikeluarkan untuk produksi pada UMKM Istana Kusen.

#### b. Bagi Akademik

Sebagai masukan untuk menambah karya tulis sehingga dapat digunakan menjadi referensi untuk penelitian berikutnya.

#### c. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan bagi penulis dan sebagai media pengaplikasian ilmu yang sudah di dapat selama kuliah di kehidupan nyata.