

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman di era sekarang menjadikan kemajuan dalam dunia industri juga ikut mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Hal ini ditunjukkan dengan munculnya industri-industri baru yang saling bersaing dan mulai mengembangkan usahanya dalam berbagai bidang. Banyaknya industri yang bermunculan hal ini membuat industri berperan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Salah satu tujuan dalam mengembangkan usaha adalah untuk mencapai target yang kualitatif dan mencapai target tersebut merupakan suatu ukuran keberhasilan pada perusahaan misalnya kondisi keuangan pasca produksi. (Suryana 2010).

Perkembangan industri yang ada tidak terlepas dari persaingan bisnis, dalam melakukan persaingan antara industri, produsen biasanya melakukan berbagai inovasi untuk mencapai keuntungan yang diinginkan oleh industri tersebut dan meningkatkan nilai produksi serta bermanfaat dalam perkembangan usaha bisnisnya. (Suryana 2010)

Target costing dapat memaksimumkan biaya dalam membuat suatu produk yang menguntungkan perusahaan. Penggunaan *target costing* dilakukan agar perusahaan dapat mengelola biaya misalnya pengeluaran biaya bahan baku perusahaan atau desain produk dengan tepat dan tujuan untuk mengembangkan produk sehingga pengeluaran yang dikeluarkan oleh perusahaan lebih kecil dibanding perhitungan sebelumnya.

Pada konteks Maluku Utara terdapat beberapa industri rumahan yang menjual oleh-oleh/cendramata khas Kota Ternate Maluku Utara, salah satunya adalah Depot Mujahirin. Depot Mujahirin menjual berbagai macam olahan khas Kota Ternate Maluku Utara mulai dari Biskuit Kenari, Makron Sagu, Makron Rasa Vanila, Makron Rasa Coklat, Bagea Gula, Bagea Kenari, Bagea Bawang Putih, Roti Isi Kenari, Roti Isi Coklat, Biskuit, Biskuit Special, dan Ikan Abon. Dari varian produk yang dijual, produk roti isi kenari yang paling laris dipasaran. Harga jual produk roti isi kenari per 1 pak yaitu Rp.47.500 dengan jumlah roti 10 buah per pak.

Harga yang diberikan terkadang berubah tergantung suplai kenari yang dipakai dan salah satu kendala pada Depot Mujahirin adalah harga kenari yang fluktuatif atau naik turunnya harga kenari, sehingga berpengaruh pada harga yang ditetapkan oleh perusahaan. Sehingga jika kenari yang dipakai banyak atau harga kenari naik, maka harga dari roti kenari juga mengalami peningkatan mulai dari Rp. 30.000 per pak sampai Rp. 50.000 per pak (600gram). Depot Mujahirin memiliki 9 karyawan tenaga kerja langsung dengan gaji per bulan sebesar Rp. 2.000.000 dan karyawan tidak langsung 31 orang dengan gaji Rp. 500.000 per bulan.

Industri olahan makanan di Kota Ternate yang menjual berbagai macam varian produk terutama roti kenari menimbulkan persaingan yang ketat antara sesama pelaku usaha. Persaingan ini berdampak pada harga roti yang dan margin keuntungan yang tidak bisa maksimal. Depot Mujahirin dapat memperoleh keuntungan yang diharapkan dengan menggunakan cara meminimalkan biaya

produksi yang dikeluarkan oleh Depot Mujahirin tanpa harus mengurangi kualitas yang ditawarkan. Hal ini sama dengan yang dikatakan oleh Henry Ford dalam (Blocher, Edward J., Kung H. Chen 2002), terkait konteks lingkungan bisnis dimana pesaing harga global terjadi dibanyaknya industri, yang membuat perusahaan mencari cara untuk mengurangi biaya setiap tahun sehingga perusahaan dapat menghasilkan produk dengan kualitas dan fungsi yang lebih baik dengan menggunakan metode *target costing*.

Roti kenari yang dijual di Depot Mujahirin tidak hanya menjual produknya secara *offline* saja akan tetapi sudah melakukan penjualan secara *online*. Penjualan secara *offline* hanya di titipkan pada toko khas Ternate misalnya toko Arci, Sambrila, Depot Nukila, dan Anugrah. Pada saat pademi virus Covid-19, penjualan hanya dapat dilakukan di lokasi Depot Mujahirin dan dilakukan secara *online*. Penjualan *online* dilakukan dengan menggunakan sosial media berupa *WhatsApp*, *instagram* dan *facebook*. Penjualan yang dilakukan Depot Mujahirin ini belum menggunakan penjualan secara *digital marketing*, karena mereka tidak menggunakan *WhatsApp Business*, *Instagram Ads* dan *facebook Marketplace*, namun mereka hanya menggunakan akun pribadi untuk menjual produk mereka. Penggunaan sosial media tersebut bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pemasaran yang awalnya hanya menjual di sekitaran Kota Ternate meluas sampai keluar kota dan juga dapat membantu konsumen untuk membeli produk pada masa pandemi Covid-19. Penjualan secara *online* dikirim ke pelanggan yang memesan melalui media sosial yang digunakan oleh Depot Mujahirin biasanya yang memesan mulai dari Jakarta, Sorong, Manado, dll.

Seperti yang dikatakan oleh (Pradiani 2017), media sosial bermanfaat untuk digunakan oleh industri makanan yang memasarkan produknya bukan hanya di dalam kota tetapi keluar kota dan berkomunikasi dengan pelanggan lebih mudah dan proses transaksi antara konsumen dan produser lebih efektif karena media komunikasi hanya bermodal pulsa untuk mendukung komunikasi.

Salah satu tujuan untuk memilih Depot Mujahirin yaitu karena Depot Mujahirin sudah dibangun selama 20 tahun sampai sekarang artinya bahwa kepercayaan konsumen kepada Depot Mujahirin tinggi dan juga Depot Mujahirin pernah mendapatkan piagam siddhakarya pada tahun 2020 di Provinsi Maluku Utara yang diselenggarakan oleh Dinas Tenaga Kerjaan Dan Transmigrasi.

Penetapan *target costing* bertujuan agar Depot Mujahirin dapat memahami biaya produksi lebih efisien, sehingga industri dapat mencapai keuntungan yang diharapkan perusahaan tanpa harus menaikkan harga jual produk. Pentingnya *target costing* dalam sebuah perusahaan karena adanya akurasi pembiayaan dan juga perusahaan dapat menetapkan *target profit* yang diharapkan perusahaan. Perhitungan ini dapat mengurangi biaya dengan terpenuhi keputusan pelanggan.

Seperti yang dikatakan oleh penelitian terdahulu terdahulu Arifin, Karamoy dan Kalalo (2016) pada hasil penelitiannya bahwa ada hasil yang menguntungkan atau memberikan dampak positif bagi laba kotor yang diperoleh dengan menggunakan penetapan biaya *target costing*.

Berdasarkan uraian diatas peneliti ingin mengkaji lebih jauh dengan penelitian berjudul **“PENERAPAN TARGET COSTING DALAM UPAYA EFISIENSI BIAYA PRODUKSI ROTI KENARI (STUDI KASUS PADA DEPOT MUJAHIRIN KOTA TERNATE)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Berapakah biaya produksi roti kenari dengan menggunakan metode tradisional dan keuntungan usaha ?
2. Berapakah biaya produksi roti kenari dengan menggunakan metode *target costing* dan keuntungan usaha ?

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis bertujuan untuk :

1. Menganalisis perhitungan biaya produksi dan keuntungan roti kenari dengan menggunakan metode tradisional.
2. Menganalisis perhitungan biaya produksi dan keuntungan roti kenari dengan menggunakan metode *target costing*.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini bertujuan untuk memberikan manfaat kepada beberapa pihak :

1. Untuk industri Depot Mujahirin.

Bagi Depot Mujahirin sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam menentukan efisiensi produk.

2. Penelitian lain.

Bagi penelitian lain diharapkan dapat memberikan manfaat dan juga informasi tentang perhitungan biaya dan *target costing* dalam proses produksi.