

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Target costing adalah sebuah pendekatan untuk membantu proses pengendalian biaya di tahap pengembangan serta merancang sebuah produk, dengan modal secara penuh ataupun dapat merubah modal secara teratur (Supriyono 2002). Pendekatan *target costing* mempunyai dua karakteristik yang pertama yaitu perusahaan tidak bisa menguasai harga, tetapi pasarlah yang bisa membuat harga. Karakteristik yang kedua yaitu biaya produk bisa ditentukan pada tahap desain (Anugerah *et al.* 2017). *Target costing* salah satu metode yang melakukan penentuan biaya produk atau jasa berdasarkan biaya (*Target price*), harga pokok, harga jual dan keuntungan. Dalam mencapai *target costing* maka perusahaan perlu mengurangi biaya untuk bagian desain dari suatu barang. Pada tahap desain, perusahaan bisa menentukan bahan apa saja untuk digunakan dalam pembuatan produk, dimana bahan yang murah tetapi mempunyai kualitas yang bagus sehingga sesuai dengan kriteria yang diinginkan pihak usaha, sehingga demikian perusahaan bisa menentukan keuntungan yang diharapkan serta mengendalikan biaya yang akan terjadi dalam proses pengolahan suatu barang agar tercipta harga sesuai target (Hansen dan Mowen 2006).

Target costing tidak hanya menentukan target biaya pada harga pokok, harga jual dan keuntungan saja, tetapi juga menentukan bagaimana melakukan pencapaian biaya serta menghasilkan kualitas barang seperti dengan harapan konsumen sehingga konsumen tidak akan berhenti berlangganan di perusahaan tersebut. Proses *target costing* adalah proses manajemen usaha dengan berbagai tugas, sehingga bisa diterapkan melalui putaran waktu produk barang tersebut. Penerapan *target costing* harus perlu pengetahuan dalam melakukan pelaksanaan secara nyata didalam kegiatan tersebut, dimana bisa memperoleh dengan menggunakan benchmarking (tolak ukur). Benchmarking adalah suatu proses dilakukan untuk mengidentifikasi proses produksi hingga produk tersebut dikirim ke tangan konsumen. Proses tersebut perlu adanya pengembangan kerja sama yang baik dari berbagai divisi, perencanaan, dan koordinasi yang baik dalam perusahaan (Widjaja, 2001).

Efisiensi adalah suatu cara perlu dilakukan dalam kegiatan produksi untuk mendapatkan output maksimal dengan menekan pada pengeluaran produksi yang paling rendah yaitu paling utama pada bahan baku. Efisiensi produksi sering dikenal dengan efisiensi teknik dan efisiensi ekonomis atau efisiensi harga. Konsep Efisiensi teknik terkait dengan hubungan antara input dan output. Efisiensi teknik didalam proses produksi bisa memanfaatkan input yang sedikit agar mendapatkan output dalam jumlah yang sama, sedangkan efisiensi ekonomis atau efisiensi harga dilakukan untuk melihat apakah proses produksi yang dilakukan dalam perusahaan sudah optimal dan memberikan keuntungan maksimum bagi perusahaan (Risandewi Tri 2013).

Jamur merupakan salah satu komoditas pertanian yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi. Hal ini dipengaruhi oleh rasanya yang lezat, gizi serta khasiat yang dimiliki oleh jamur yang digunakan untuk bahan penawar racun serta pencegah radang usus. Jamur memiliki protein yang tinggi antara 11,5-20% dengan lemak yang rendah 1,6-8% dan kadar serat pangan yang tinggi baik 4-9,5% yang dapat digunakan sebagai bahan makanan sehat (Muctadi 2010). Akan tetapi jamur tiram memiliki umur simpan yang pendek atau cepat mengalami kerusakan. Hal ini menjadi permasalahan pada penyediaan jamur tiram segar dengan kondisi yang masih bagus. Menurut (Arianto *et al.* 2013) pada pengawetan bahan hasil pertanian memegang peranan penting yang dapat mencegah atau mengurangi dampak kerusakan yaitu dengan cara mengolah menjadi sebuah produk agar memiliki umur simpan lebih lama.

Permintaan merupakan keinginan seseorang dalam membeli barang yang diinginkan dengan harga yang minimum pada waktu tertentu. Permintaan jamur dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan. Permintaan jamur tidak hanya dalam pasar negeri, tetapi juga merambat sampai kepasar internasional, namun salah satu kendala sampai sekarang yaitu jumlah produksi jamur belum bisa memenuhi angka permintaan konsumen karena keterbatasan bahan baku. Kebutuhan jamur tidak hanya terbatas pada permintaan jamur segar, masih ada peluang besar pada beberapa usaha yang berkaitan dengan usaha bisnis jamur diantaranya seperti bisnis bibit jamur

(inokulan), bisnis penjualan media jamur (baglog), bisnis olahan jamur, bisnis jasa dan pelatihan budidaya jamur, serta bisnis bidang agrowisata jamur (Rahardja *et al.* 2008).

Tabel 1.1 Data permintaan Jamur Tiram

Tahun	Permintaan (Ton/Tahun)	Penawaran (Ton/Tahun)	Peluang (Ton/Tahun)
2014	1,796	633	1,164
2015	2,208	748	1,459
2016	2,619	864	1,755
2017	3,031	980	2,051
2018	3,442	1,095	2,347

Sumber: Data Permintaan Jamur Tiram

Abon merupakan produk olahan yang dapat bertahan lama. Pembuatan abon sangat mudah dan modal yang diperlukan tidak terlalu besar dan sudah lama diketahui serta disukai masyarakat pada umumnya terutama di Indonesia. Salah satu bahan nabati yang dapat diolah menjadi abon adalah jamur. Dalam segi rasa abon jamur tidak kalah dengan abon daging pada umumnya (Muctadi 2010).

CV. Ailani Food adalah perusahaan yang menjual abon jamur di Indonesia. Dengan menciptakan olahan jamur menjadi produk makanan sehat siap saji yaitu produk abon dengan bahan baku jamur tiram putih (Sudrajad dan Andriani 2015). Berdirinya CV. Ailani Food ini tentu akan memberikan keuntungan dalam menjalankan bisnis tersebut, untuk mencapai keuntungan yang optimal perlu dilakukan analisis efisiensi biaya. Efisiensi biaya adalah ukuran yang menunjukkan bagaimana biaya sumber-sumber daya yang digunakan dalam proses produksi untuk menghasilkan produk. Pengukuran efisiensi bisa digunakan yaitu menyamakan biaya aktual dan biaya anggarannya (Anthony dan Govindrajan. 2007).

Dalam melakukan pemasaran produk tentunya perusahaan akan menghadapi faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan suatu perusahaan sedangkan faktor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman bagi perusahaan. Maka dari itu perlu dilakukan analisis swot. Analisis swot merupakan dasar dalam perumusan strategi pemasaran untuk meningkatkan nilai daya saing suatu produk, sehingga strategi ini diperlukan metode swot agar meningkatkan

penjualan, faktor-faktor internal dan eksternal sebagai permulaan awal dalam melakukan strategi-strategi untuk mengoptimalkan suatu usaha untuk meraih kesuksesan bisnis (Elyarni 2016).

1.2 Batasan Penelitian

Batasan penelitian yang diteliti adalah:

1. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis efisiensi produksi abon jamur dengan pendekatan *target costing*.
2. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis strategi pengembangan usaha abon jamur dengan metode analisis swot.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pendekatan *target costing* sebagai alat penilaian efisiensi dalam produksi pada abon jamur di CV. Ailani Food?
2. Bagaimana strategi pengembangan usaha abon jamur di CV. Ailani Food menggunakan metode Swot.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pendekatan *target costing* sebagai alat penilaian efisiensi dalam produksi pada abon jamur di CV. Ailani Food.
2. Mengetahui strategi pengembangan usaha abon jamur di CV. Ailani Food menggunakan metode Swot.

1.5 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat diambil manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini akan menambah perbendaharaan pustaka yang dapat digunakan sebagai sarana untuk memperluas wawasan pengetahuan mengenai efisiensi produksi dengan pendekatan *target costing* abon jamur di CV. Ailani Food.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu masukan bagi CV. Ailani Food.

Penelitian yang sudah dilakukan dapat memberikan informasi terhadap bagaimana efisiensi produksi abon jamur di CV. Ailani Food dan mengetahui biaya

produksi dengan dilakukan pendekatan *target costing*. Serta dapat dijadikan referensi bagi pembaca apabila akan melakukan penelitian tentang efisiensi produksi suatu produk dengan menggunakan pendekatan *target costing* di masa depan.