

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Zaman pasar bebas saat ini tidak dapat dihindarkan bahwa persaingan antara perusahaan satu dengan yang lain terjadi di semua negara. Ketika jenis bidang usahanya apapun persaingan antara perusahaan pasti sudah terjadi, karena jenis bidang yang di jalani pasti melebihi dari satu perusahaan. Dari situlah perusahaan akan berlomba-lomba melakukan cara sehingga produknya dapat laku dan di pakai oleh masyarakat.

Pada kesempatan ini sebagai penulis tertarik untuk mengetahui pada perusahaan jasa PT.Centra Global Investama dimana perusahaan ini bergerak pada bidang jasa ISP (*Internet Service Provider*) dan pemasangan pesawat *line* telepon. Penulis ingin mengetahui metode *target costing* yang di terapkan dalam perusahaan ini supaya

Tingkat laba yang dihasilkan dapat maksimal dan harga yang cocok dengan mempertimbangkan pemotongan biaya yang tidak perlukan sehingga pelanggan dapat tertarik menggunakan jasanya, tetapi perusahaan ini harus bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain. Sebelum itu perusahaan harus memperkirakan bagaimana pertumbuhan daya beli di Indonesia, dimana dapat dilihat pada tabel makro ekonomi.

Pertumbuhan ekonomi makro Indonesia juga dapat dilihat pada tabel di bawah ini dapat melihat kemajuan pertumbuhan ekonomi Indonesia dari berbagai sisi selama lima tahun sebelumnya. Tabel ini untuk memperkirakan pertumbuhan daya beli masyarakat Indonesia. Berikut table proyeksi makro ekonomi Indonesia adalah :

Tabel 1.1 Proyeksi Makro Ekonomi Indonesia 2007-2012

Proyeksi	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>Produk Domestik Bruto</b>	<b>6,3</b>	<b>6,2</b>	<b>6,2-6,8</b>	<b>6,8-7,4</b>	<b>7,2-7,8</b>	<b>7,4-8,0</b>
- Konsumsi Swasta	5,0	5,4	5,6-5,9	5,6-6,0	5,6-6,0	5,6-6,0
- Konsumsi Pemerintah	3,9	3,8	4,0-5,0	7,0-9,0	8,0-10,0	8,0-10,0
- Investasi	9,2	9,3	10,5-10,8	11,0-13,0	12,0-13,0	13,0-15,0
- Ekspor Barang & Jasa	8,0	7,9	8,1-9,1	10,5-11,5	11,5-12,5	12,5-13,5
- Impor Barang & Jasa	8,9	9,4	10,4-10,7	12,5-13,5	13,5-14,5	14,5-15,5
<b>Lain-lain</b>						
Pendapatan per Kapita (USD)	1947,1	1980	2145-2180	2375-2410	2650-2685	2950-3000
Pengangguran (%)	9,1	9	9,0-10,0	8,5-9,5	8,0-9,0	7,5-8,5
Target Inflasi (%)	6,0±1%	5,0±1%	4,5±1%	4,0±1%		

Sumber: Outlook Ekonomi Indonesia 2012

Dari data diatas dapat terlihat bahwa ekonomi makro Indonesia membaik, dengan *indicator* pendapatan per kapita meningkat setiap tahunnya, tingkat pengangguran menurun, dan penurunan inflasi. Dari pendapatan kapita, daya pembelian masyarakat Indonesia dapat di perkirakan kuat. Oleh karena itu penjualan jasa ISP sangat baik untuk para investor. Membuktikan bahwa daya beli ini akan membuat pangsa internet akan laku di dalam Indonesia.

Peran *internet* terhadap ekonomi Indonesia mencapai 1,6 persen atau sekitar Rp 116 triliun atau setara 13 miliar dollar AS dari total pendapatan domestik bruto

(PDB) Indonesia di tahun 2011. Dalam lima tahun ke depan, kontribusi *internet* akan meningkat tiga kali lebih cepat daripada pertumbuhan ekonomi Indonesia dan diharapkan mencapai 2,5 persen dari total PDB hingga 2016 atau mencapai Rp 324 triliun. Melihat peran *internet* yang begitu besar membuat masyarakat Indonesia akan membutuhkan sekali jasa ini, jadi sebagai investor bisnis *internet* kedepan dapat berkembang dengan pesat.

Pasar penjualan *Internet Service Provider* (ISP) dan jasa pemasangan pesawat telepon sedang banyak laku di pasaran, banyak pesaing-pesaing yang sudah gencar memasarkannya oleh karena itu kita perlu melihat table penjualan pesaing-pesaingnya. Gambaran pasar *Internet Service Provider* di Indonesia dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 1.2 Pertumbuhan Pendapatan *Internet Service Provider* Indonesia Periode 2007-2011 (Dalam jutaan rupiah)

No.	Nama Perusahaan	Sales				
		2007	2008	2009	2010	2011
1	PT,Inovisi Infracom	433	506	558	544	743
2	PT. Indosat		1,878	2,720	2,476	2,576
3	PT. Telekomunikasi Indonesia		14,768	18,511	19,801	22,629
4	PT. Centrin Online		65,287	66,174	60,757	60,866
5	PT.Bakrie Telecom	5,150	8,621	13,686	13,447	11,235

Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id), Diolah kembali oleh penulis, 2012

Data di atas adalah menggambarkan pertumbuhan penjualan-penjualan pada perusahaan yang bergerak dalam bidang *Internet Service Provider*. Dari data itu pun kita dapat melihat gambaran bagaimana pesatnya penjualan dalam bidang ini, dan pertumbuhan yang di alami pada jangka periode yang ada. Oleh karena itu bisnis *Internet Service Provider* memiliki prospek yang menarik bagi calon investor.

PT.Centra Global Investama adalah perusahaan yang bergerak di bidang teknologi informasi (TI), penyedia jasa internet, telepon, televisi kabel dan jasa

memperkenalkan kepada perusahaan, dengan harapan untuk bekerja sama pada pengembangan teknologi informasi seperti fasilitas dan mendukung semua kebutuhan pelanggan. Cergis adalah nama dari perusahaan internet ini yang di kenalkan kepada masyarakat untuk pemasangan *network provider*.

PT.Centra Clobal Investama ini berpusat di Kota Jakarta yang beralamat di Jalan Letjend Soepono No.34,Arteri Permata Hijau di dalam The Bellezza Shopping Arcade Suit 329, Jakarta Selatan.Perusahaan ini didirikan pada tanggal 29 November 2005 dan mendapatkan izin penyelenggaraan pada Desember 2011.Perusahaan ini didirikan oleh 2 orang selaku pemegang saham dan perusahaan ini memiliki 2 orang pengurus.Perusahaan ini didirikan oleh 2 pemegang saham yaitu Mr Wisnu Hartanto Muljono dan Miss Adriana.W, lalu pengurus perusahaan ini di pegang oleh 2 orang juga yaitu Mr Wisnu Hartanti Muljono sebagai dewan komisaris dan Mr Diky Mulyana sebagai Direktur perusahaan tersebut.

Perusahaan ini mempunyai visi dan misi yang digunakan oleh perusahaan untuk mendorong kepuasan konsumen sehingga visi misi ini dapat di jalankan dengan baik.

Visi perusahaan ini adalah: “ *become leading IT solution company with quality and international service.*”

Sedangkan Misi perusahaan ini adalah:

- a) *Provide comprehensive services to customers*
- b) *Providing Internet access service that is reliable and affordable*
- c) *Developing the latest innovations in providing solutions to your internet*
- d) *Cergis will become a service provider that gives top priority to building strong relationship with the communities, customer and general public.*

Sumber daya manusia pada PT.Centra Global Investama memiliki 102 Karyawan yang terdiri dari 6 departemen yang bergerak dalam bidang berbeda. Departemen Keuangan menganalisa laporan-laporan keuangan dan akuntansi dalam perusahaan tersebut yang terdiri dari 4 bagian. Departemen hukum mengurus perijinan, hak paten, dan tuntutan yang berkaitan dengan hukum Negara. Departemen Personalia mengurus gaji karyawan, merekrut karyawan, dan sebagainya.

Departemen pemasaran mengurus tentang *marketing* produk yang di jual supaya masyarakat menjadi tau. Departemen operasi *network* mengurus tentang pemasangan operasi internet-internet yang di pasang dan melayani pelanggan untuk pemasangan. Departemen *Support system* mengurus *system* yang terjadi masalah

dalam pemasangan atau masalah-masalah yg terjadi dalam internet. Struktur organisasi ini dapat di lihat lebih lengkap pada Lampiran C-1

Perusahaan yang sedang berkembang ini memiliki arah tujuan yang selalu kedepan supaya masyarakat dapat memilih jasanya, oleh karena itu perusahaan selalu mempertimbangkan biaya yang terjadi dengan menggunakan *target costing*. Ketika melihat dari data yang di atas diketahui bahwa perusahaan ini harus dapat bersaing dengan para perusahaan pesaingnya, supaya dapat memperoleh banyak konsumen. Penulis ingin melihat bagaimana perusahaan menggunakan *target costing* yang ada di perusahaan untuk memperkecil biaya sedemikian rupa sehingga memiliki laba yang cukup tinggi tanpa mengurangi kualitas dan dapat memuaskan konsumen.

*Target Costing* adalah metode penetapan biaya produksi dimana perusahaan terlebih dahulu menentukan biaya produksi yang harus dikeluarkan berdasarkan harga kompetitif, dengan demikian perusahaan memperoleh laba yang diharapkan.

Penulis tertarik mengambil masalah ini karena ingin mengetahui strategi metode *target costing* yang di pakai perusahaan untuk menentukan biaya dan mencoba menyaingi harga dengan pesaing-pesaingnya oleh karena itu penulis ingin mengetahui cara apa perusahaan akan lakukan untuk memperoleh laba secara maksimal, Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "**DAMPAK STRATEGI *TARGET COSTING* TERHADAP TINGKAT LABA PERUSAHAAN JASA PT. CENTRA GLOBAL INVESTAMA**"

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan oleh penulis, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan yang akan dibahas dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah pendekatan target costing pada PT Centra Global Investama dapat meningkatkan efisiensi biaya?
2. Seberapa besar pengaruh *target costing* terhadap laba perusahaan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menanalisa mengenai penetapan target costing yang di lakukan oleh PT.Centra Global Investama sudah berjalan dengan secara efektif atau efisien.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat,antara lain:

### 1) Bagi Penulis

Sebagai bahan evaluasi atas kebijakan penetapan biaya dan harga jual kepada para pelanggan dalam rangka meningkatkan kualitas dan dapat memberikan masukan atau saran kepada pihak manajemen perusahaan.

## 2) Bagi Perusahaan

Sebagai informasi bagi perusahaan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk menentukan penetapan biaya dan harga jual yang akan di pasarkan.

## 3) Bagi Pembaca

Untuk memberikan informasi tentang penentuan harga pada PT.Centra Global Investama, serta pembaca dapat memberikan pengetahuan tambahan tentang target costing yang mengolah biaya yang ada untuk mencapai tingkat harga jual yang dapat bersaing tetapi dengan laba yang tinggi.

## 1.5 Metodologi Penelitian

Untuk penelitian ini, penulis mengumpulkan data yang berkaitan dengan topik, baik berupa data primer maupun data sekunder.

### 1) Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumber aslinya. Untuk melakukan pencarian data Primer penulis menggunakan:

#### a) Observasi

Peneliti melakukan pengamatan langsung aktivitas yang terjadi ke kantor perusahaan serta dokumen dan laporan perusahaan untuk memperoleh data aktual yang diperlukan oleh penulis.

b) Wawancara (*Interview*)

Penulis melakukan tanya jawab secara langsung dengan *staff* perusahaan mengenai topik yang terkait. serta bagian akuntansi dan manajemen yang mengatur keuangan perusahaan supaya mencapai target tersebut.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak di dapatkan secara langsung dari objek penelitian. Peneliti dalam hal ini mengadakan studi kepustakaan, dengan membaca berbagai buku-buku literatur dan jurnal ilmiah yang berkaitan dengan masalah yang sedang dibahas.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penelitian yang bertopik "Dampak Strategi *Target Costing* Terhadap Tingkat Laba Perusahaan Jasa PT.Centra Global Investama" supaya terarah maka skripsi ini disusun dengan sistematika pembahasan sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bagian pendahuluan, penulis membahas latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metodologi penelitian untuk mengumpulkan data dan sistematika penulisan skripsi. Bagian ini juga menjelaskan sejarah singkat, dan visi misi perusahaan.

## **BAB II: LANDASAN TEORI**

Bagian ini membahas dasar-dasar teori yang digunakan sebagai acuan dalam melakukan penelitian yang terkait dengan *target costing* dan cara penetapan harga jual nya. Landasan teori membahas secara umum dan *target costing* yang digunakan terhadap perusahaan. Sumber teori di ambil dari daftar kepustakaan.

## **BAB III: METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini memuat metode-metode apa yang digunakan untuk jalannya penelitian ini. Selain itu menjelaskan data-data yang perlu dikumpulin oleh penulis untuk penelitian ini.

## **BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini, penulis menganalisa pemakaian metode *target costing* dalam perhitungan biaya itu sudah dipakai secara maksimal atau belum untuk dapat bersaing dengan pesaing-pesaing yang ada untuk membuat konsumen tertarik. Serta melihat metode tersebut sudah efektif dan effisiensi.

## **BAB V : SIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini penulis menarik kesimpulan dan keterbatasan dari penelitian yang dilakukan sebelumnya dan hasil penelitian yang di dapatkan dari bab yang sudah di bahas sebelumnya. Memberikan keterbatasan masalah pada penelitian, serta memberikan saran yang bersifat membangun untuk perusahaan ke depannya.