

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Adanya perkembangan dunia usaha menimbulkan persaingan yang ketat diantara pelaku usaha. Ditambah lagi dengan adanya era perdagangan bebas yang semakin meningkatkan persaingan antar perusahaan dalam merebut pangsa pasar.

Seperti yang dituturkan oleh Ahmad Kurnia El-Qorni :

“Pada era globalisasi sekarang ini, persaingan yang sangat tajam terjadi baik di pasar domestik maupun di pasar internasional / global...”

(<http://akur-stbajia.blogspot.com/2007/06/manajemen-kualitas.html-564k>)

Pernyataan serupa datang dari Didin S. Damanhuri, Guru Besar Ekonomi IPB dan Pengamat Ekonomi, sebagai berikut :

“Ekonomi abad ke-21, yang ditandai dengan globalisasi ekonomi, merupakan suatu proses kegiatan ekonomi dan perdagangan, di mana negara-negara di seluruh dunia menjadi satu kekuatan pasar yang semakin terintegrasi dengan tanpa rintangan batas teritorial negara. Globalisasi yang sudah pasti dihadapi oleh bangsa Indonesia menuntut adanya efisiensi dan daya saing dalam dunia usaha”

(<http://www.sinarharapan.co.id/berita/0306/13/opi01.html>)

Persaingan tersebut semakin menuntut perusahaan untuk dapat memperoleh laba yang optimal. Laba yang optimal diperoleh dengan cara mendapatkan pendapatan yang maksimal dan menekan biaya. Persaingan tersebut membuat para pelaku usaha terpacu untuk mengelola perusahaannya menjadi lebih efektif dan efisien.

Seperti yang kita ketahui, bahwa tujuan setiap perusahaan yang berorientasi laba adalah untuk memperoleh laba yang optimal. Laba seringkali dijadikan sebagai tolak ukur keberhasilan suatu usaha.

Seperti yang dituturkan oleh Didin S. Damanhuri, Guru Besar Ekonomi IPB dan Pengamat Ekonomi :

“Setiap perusahaan yang berorientasi mencari laba tentunya bertujuan untuk memperoleh laba yang optimal, paling tidak harus memperoleh laba yang memadai ditinjau dari investasi yang digunakan untuk memperoleh pendapatan.”

<http://www.sinarharapan.co.id/berita/0306/13/opi01.html>

Menurut Halim dan Supomo (1997:49) :

“Jumlah laba yang diperoleh merupakan indikator keberhasilan bagi perusahaan yang orientasinya mencari laba. Agar diperoleh laba sesuai yang dikehendaki, perusahaan perlu menyusun perencanaan laba yang baik. Hal tersebut ditentukan oleh kemampuan perusahaan untuk memprediksi kondisi usaha pada masa yang akan datang yang penuh ketidakpastian, serta mengamati kemungkinan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi laba perusahaan.”

Laba merupakan komponen penting karena melalui laba yang diperoleh perusahaan akan mampu mempertahankan kelangsungan hidupnya dan bahkan melakukan ekspansi. Karena itu, setiap perusahaan akan memfokuskan perhatiannya terhadap pencapaian laba.

Dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya, maka manajemen perusahaan harus berperan secara aktif dalam mengevaluasi kekuatan dan kelemahan perusahaan serta mampu memahami peluang dan ancaman di masa yang akan datang. Selain itu untuk menjamin agar perusahaan mampu menghasilkan laba sesuai dengan yang ditargetkan, maka manajemen perusahaan juga harus dapat

merencanakan dan mengendalikan dengan baik kedua faktor penentu laba, yaitu biaya, harga jual dan volume (penjualan dan produksi).

Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Halim dan Supomo (1997:49) :

“Ada tiga faktor yang dapat mempengaruhi laba perusahaan yaitu biaya, harga jual, dan volume (penjualan dan produksi). Biaya yang timbul dari perolehan atau untuk pengolahan suatu produk atau jasa akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan. Harga jual produk atau jasa akan mempengaruhi besarnya volume penjualan produk atau jasa yang bersangkutan, sedangkan besarnya volume penjualan berpengaruh terhadap volume produksi produk atau jasa tersebut. Selanjutnya pada gilirannya volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi. Dengan demikian faktor-faktor yang mempengaruhi laba tersebut di atas, saling terkait antara satu dengan yang lain.”

Maka, hal-hal yang mempengaruhi laba perusahaan antara lain jumlah volume produk yang dijual, harga jual produk serta biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Ketiga hal tersebut saling memberi pengaruh satu dengan yang lainnya yaitu harga jual produk yang mempengaruhi volume penjualan produk, volume penjualan mempengaruhi laba dan volume produksi, kemudian volume produksi mempengaruhi biaya dan seterusnya.

Hubungan antara biaya, volume dan laba juga dipengaruhi oleh beberapa faktor yang merupakan kombinasi dari harga jual produk, volume penjualan produk, komposisi produk yang dijual, biaya variabel per unit dan total biaya tetap.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa biaya, volume dan laba merupakan faktor yang penting dalam pengambilan keputusan dalam perusahaan.

Faktor penting dalam analisa biaya, volume, dan laba adalah menentukan perhitungan volume penjualan minimum yang harus dilakukan oleh perusahaan agar perusahaan berada dalam keadaan impas. Kondisi impas adalah keadaan dimana perusahaan tidak mengalami kerugian dan juga perusahaan tidak mengalami

keuntungan. Adapun dalam menentukan volume penjualan ini, selain dipengaruhi harga jual, volume penjualan juga mempengaruhi volume produksi dan besarnya biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Fenomena yang telah diuraikan diatas dialami oleh seluruh perusahaan yang berorientasi laba, termasuk juga perusahaan yang bergerak di bidang makanan, seperti restoran. Restoran juga harus menghadapi persaingan yang ketat dengan dan berusaha mempertahankan stabilitas penjualan produknya. Namun kenyataannya, kondisi perekonomian dapat berubah dalam waktu tertentu tanpa dapat dipastikan. Manajemen restoran akan dihadapkan pada kondisi ketidakpastian yang menyertai kegiatan pengambilan keputusan sehingga seringkali perusahaan tidak dapat mencapai laba sesuai dengan yang ditargetkan.

Menurut Halim dan Supomo (1997:50)

“Dalam penyusunan perencanaan laba, manajemen perlu mengetahui sejauh mana keterkaitan faktor faktor tersebut di atas, dan pengaruhnya terhadap laba perusahaan. Analisis terhadap hubungan antara biaya, volume, dan laba merupakan salah satu alat bagi manajemen untuk menyusun perencanaan laba.”

Sejauh ini, pihak manajemen restoran belum menerapkan suatu alat bantu khusus dalam menentukan jumlah yang harus terjual agar target laba perusahaan untuk periode yang akan datang tercapai. Selama belum menerapkan analisis perhitungan biaya, volume, dan laba restoran mengalami kesulitan untuk mengetahui volume penjualan yang harus terjual agar restoran tidak mengalami kerugian, serta untuk mengetahui produk mana yang mendatangkan keuntungan terbesar serta keuntungan terkecil.

Sistem pencatatan dan penghitungan penjualan produk dilakukan setiap harinya dengan menggunakan sistem manual, biaya pun dicatat secara sederhana

sesuai dengan pengeluaran tiap bulan. Restoran tidak pernah menerapkan analisa perhitungan biaya, volume dan laba. Hal ini menyebabkan perusahaan selama ini mengalami kesulitan untuk mengetahui volume penjualan yang harus terjual agar perusahaan berada dalam titik impas maupun volume penjualan untuk mencapai target laba yang diinginkan. Restoran juga mengalami kesulitan dalam menentukan produk mana yang sebenarnya membawa keuntungan terbesar dan produk mana yang membawa keuntungan terkecil.

Dengan memahami kondisi dan permasalahan yang tengah dihadapi oleh restoran, maka penulis mencoba menerapkan analisis terhadap biaya, volume dan laba atau *Cost Volume Profit* (yang pada penulisan selanjutnya akan disebut analisis CVP) sebagai alat bantu manajemen dalam menentukan volume penjualan atas target laba.

Analisis CVP mengekspresikan hubungan diantara biaya, volume, dan laba atau rugi. Dengan analisa ini akan diketahui apakah harga menu yang ditetapkan oleh manajemen restoran sudah sesuai dengan biaya yang dikeluarkan. Dengan keinginan untuk melakukan penelitian secara menyeluruh, maka penulis akan meneliti biaya restoran, mencakup biaya bahan baku, biaya gaji, biaya operasional restoran, dan biaya administrasi dan umum, serta biaya pemasaran. Penulis akan berfokus pada biaya, dihubungkan dengan harga pada menu *best seller* melalui analisis CVP. Dengan analisis CVP ini, memungkinkan pihak manajemen restoran memperoleh informasi-informasi yang sangat diperlukan agar kegiatan operasional restoran dapat berjalan stabil dan target laba yang diinginkan tercapai.

Penelitian ini terkait dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suliani Tandrayuana (2003) pada PT. X di Jakarta dengan judul penelitian :

Penerapan *Cost Volume Profit Analysis* dalam Pengambilan Keputusan Mengenai Titik Impas dan Produk yang Menguntungkan pada PT. X di Jakarta. Studi ini menunjukkan dengan penerapan analisis CVP PT X memperoleh informasi yang berguna dalam pengambilan keputusan.

Penerapan Analisis Cost Volume Profit dalam Menetapkan Volume Penjualan atas Target Laba CV. Timor Agung oleh Priscilla Sonbait (2005). Penelitian tersebut menunjukkan bahwa penerapan analisis CVP pada CV. Timor Agung dapat menghasilkan informasi-informasi yang berguna bagi manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan yang lebih baik dan terarah.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Irma Ariyani (2006) mengenai Analisis Penerapan *Food Cost Control Process* dengan *CVP Analysis* Guna Mengoptimalkan Profit di Golden Restaurant Kediri. Penelitian tersebut menghasilkan kesimpulan bahwa penggunaan *CVP Analysis* berguna dalam mengetahui informasi-informasi penting seperti titik impas masing-masing menu best seller dan berapa unit yang harus terjual agar mencapai target penjualan.

Penelitian kali ini hampir sama dengan penelitian-penelitian sebelumnya, yaitu meneliti peran Analisis CVP sebagai alat bantu manajemen dalam pengambilan keputusan yang berhubungan dengan tiga elemen penting yaitu biaya, volume penjualan, dan laba. Penulis mengkhususkan pembahasan terhadap menu *best seller* karena, pertama, menu tersebut mengeluarkan biaya bahan baku yang cukup tinggi dan yang kedua, menu *best seller* memberikan kontribusi penjualan yang relatif tinggi dari total penjualan tiap bulannya. Alasan ketiga adalah harapan pemilik restoran untuk dapat mengetahui dengan benar dan pasti nilai biaya yang dikeluarkan, apakah telah seimbang dengan harga jual yang ada, yang tentunya

pemilik menginginkan keuntungan yang tinggi dari menu *best seller* ini yang juga tanpa mengurangi kualitas dan pandangan konsumen terhadap restoran

Dengan melakukan penelitian ini, maka akan dapat diketahui apakah hasil penelitian ini akan sama dengan penelitian-penelitian sebelumnya, meskipun terdapat perbedaan pada objek yang diteliti, periode yang digunakan.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul : **“Peranan Analisis CVP Sebagai Alat Bantu Manajemen dalam Mengambil Keputusan yang Berhubungan dengan Biaya, Volume Penjualan, dan Target Laba (Studi Kasus pada Restoran X, Lembang).”**

1.2 Identifikasi Masalah

Penelitian ini dilakukan terhadap data-data *Cost Volume Profit* (CVP) pada restoran selama periode satu tahun, yaitu selama Juli 2008 sampai Juni 2009. Analisis CVP dilakukan sebagai alat bantu dalam menentukan volume penjualan untuk mencapai keadaan impas, mengetahui menu *best seller* yang mendatangkan keuntungan terbesar bagi restoran dan dalam menetapkan jumlah penjualan atas target laba restoran.

Saat ini, pihak manajemen restoran merasakan perlunya suatu alat bantu dalam menetapkan volume penjualan yang harus dicapai agar target laba perusahaan tercapai. Beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berapa harga pokok produksi masing-masing menu *best seller*?
2. Berapa volume penjualan untuk masing-masing menu *best seller* untuk mencapai titik impas?

3. Menu *best seller* manakah yang memberikan keuntungan terbesar bagi restoran dan menu *best seller* manakah yang memberikan keuntungan terkecil bagi restoran?
4. Berapakah volume penjualan menu *best seller* atas target laba yang ditetapkan restoran?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, maka maksud dan tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menerapkan analisis CVP dalam restoran untuk mengetahui titik impas bagi masing-masing menu *best seller*.
2. Untuk menetapkan volume penjualan menu *best seller* atas target laba restoran.
3. Untuk mengetahui menu *best seller* yang paling menguntungkan dan merugikan bagi restoran.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

1. Bagi pihak Perusahaan

Penelitian ini diharapkan akan berguna bagi manajer restoran dalam mengambil keputusan yang dapat berhubungan dengan biaya, volume penjualan, harga jual, dan laba. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan data biaya yang lebih lengkap, tidak hanya biaya bahan baku saja, melainkan biaya produksi lainnya secara keseluruhan yang akan terlihat dari analisis harga pokok produksi. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat digunakan

untuk memecahkan masalah yang dihadapi restoran seperti mengetahui titik impas masing-masing menu *best seller*, menu *best seller* mana yang menguntungkan dan merugikan perusahaan, dan berapa volume penjualan agar target laba yang ditetapkan perusahaan tercapai.

2. Bagi Penulis

Penulis dapat memperdalam wawasan pengetahuan yang diperoleh selama kegiatan perkuliahan dan membandingkannya dengan keadaan sebenarnya yang terjadi dalam praktik.

3. Bagi Kalangan Akademisi

Bagi kalangan akademisi yang berminat terhadap studi tentang analisis *Cost Volume Profit* (CVP), hasil penelitian ini diharapkan akan dapat digunakan sebagai bahan referensi dalam melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai materi yang berhubungan dengan analisis *Cost Volume Profit* (CVP).