

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri kuliner Indonesia terbilang cukup pesat. Pada tahun 2009 perkembangannya diperkirakan mencapai 15%. Realisasi yang terlihat ialah bahwa hampir di tiap sudut jalan kita dapat melihat berbagai usaha di bidang kuliner baik itu usaha kecil ataupun usaha dengan skala menengah ataupun besar. Selain itu, kebijakan impor yang membuat transaksi impor menurun pada semester 2 tahun ini telah membuat industri kuliner berskala kecil mengalami peningkatan sebesar 5% dan bagi industri skala besar mengalami peningkatan sebesar 10%. Bagi usaha kecil, hal ini merupakan tantangan tersendiri, karena mereka harus dapat mempertahankan usahanya disaat usaha – usaha lain yang sudah lama berdiri dan memiliki nama yang besar terus berkembang dan terus melakukan ekspansi. Dari segi harga, pemilik usaha kecil tidak dapat mematok harga jual yang tinggi dikarenakan daya beli masyarakat dan ketakutan akan beralihnya konsumen ke produk lain yang sejenis dengan harga yang lebih rendah. Untuk mengatasi masalah yang terjadi, suatu perusahaan harus lebih kritis lagi dalam menghadapi tantangan serta tuntutan dari persaingan yang ada dan juga jeli dalam mengendalikan kegiatan operasionalnya, sehingga kemampuan manajemen dalam menerapkan strategi perusahaan semakin memadai dan perusahaan dapat mencapai laba semaksimal mungkin.

Skala usaha yang kecil kadang membuat pemilik tidak terlalu memikirkan kondisi keuangan ataupun besarnya laba yang dicapai, terutama bagi usaha di bidang

kuliner. Pada umumnya, usaha dengan skala kecil akan memproduksi dengan jumlah yang relatif sedikit setiap harinya. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir timbulnya kerugian dari produk yang tidak terjual. Hal ini dikarenakan dalam industri kuliner, kualitas produk sangat menentukan keberhasilan suatu usaha, karena konsumen akan cenderung untuk memilih produsen yang menyediakan produk *fresh* setiap harinya. Maka dari itu, tercapainya suatu titik impas saja sudah merupakan keberhasilan tersendiri.

Toko Kue Mei Pastry merupakan usaha *home industry* yang merupakan salah satu dari berbagai usaha kecil yang tidak terlalu memikirkan hal – hal atau informasi yang berkaitan dengan keuangan mereka. Setiap harinya, pemilik usaha tidak pernah menetapkan target penjualan produknya. Pencatatan biaya dan pendapatan pun dilakukan secara sederhana pada saat terjadinya. Kegiatan operasional masih merupakan fokus utama, sehingga sampai saat ini pemilik usaha tidak pernah membuat suatu bentuk laporan keuangan yang benar – benar menyajikan secara akurat mengenai biaya dan penjualannya yang tentunya sangat dibutuhkan untuk dapat mengetahui kondisi keuangan sebenarnya usaha tersebut. Selain itu, pemilik pun kadang masih menyatukan biaya rumah tangga dengan biaya usaha. Sehingga, sangat sulit untuk mengetahui seberapa besar laba yang dicapai setiap bulannya.

Dengan laba yang cukup besar, usaha kecil akan memiliki kepercayaan diri dalam bertahan di situasi persaingan usaha, bahkan bisa juga mengembangkan usahanya tersebut. Saat ini, sudah banyak usaha kecil di bidang kuliner yang menjadi sangat besar karena keberanian dalam memanfaatkan laba yang dicapai. Hal itu dikarenakan setiap kesempatan dan peluang yang ada benar – benar dimanfaatkan

sebaik – baiknya sehingga penjualan dan laba yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan.

Analisis biaya, volume, dan laba (pada penulisan berikutnya akan menggunakan istilah CVP) merupakan salah satu dari analisis yang dapat digunakan suatu usaha untuk dapat mengetahui bagaimana keadaan keuangan usaha mereka. Dengan analisis ini, pemilik usaha akan dengan mudah memutuskan mengenai harga jual yang pantas untuk suatu produk, produk apa saja yang perlu diproduksi atau dijual, strategi pemasaran yang perlu dilakukan, tingkat laba yang diinginkan dan seterusnya. Selain itu dengan analisis ini kita akan mengetahui seberapa besar perubahan yang terjadi pada biaya, volume, dan harga jual dapat mempengaruhi laba usaha. Informasi kuantitatif yang diberikan dalam analisis ini akan sangat berguna bagi pemilik usaha dalam menentukan langkah yang akan diambilnya. Seperti yang dikemukakan Mulyadi (2001) bahwa pada umumnya informasi kuantitatif lebih berperan dalam mengurangi ketidakpastian bila dibandingkan dengan informasi kualitatif, sehingga umumnya dalam pengambilan keputusan bisnis, manajemen lebih bertumpu pada informasi kuantitatif dibandingkan dengan informasi kualitatif.

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, bahwa Mei Pastry belum pernah membuat suatu bentuk laporan keuangan yang akurat. Usaha ini juga tidak pernah menerapkan analisis CVP. Hal ini menyebabkan perusahaan selama ini mengalami kesulitan untuk mengetahui besarnya penjualan yang harus dicapai agar usaha tersebut berada dalam titik impas dimana tidak terjadi kerugian ataupun keuntungan. Selain itu, usaha ini juga mengalami kesulitan dalam menentukan produk mana yang sebenarnya membawa keuntungan terbesar dan produk mana yang membawa

keuntungan terkecil dalam rangka pengurangan frekuensi produksi suatu jenis produk yang dijual.

Dengan melihat kondisi dan permasalahan yang dihadapi Toko Mei Pastry, maka penulis akan mencoba menerapkan analisis CVP. Dengan analisis ini diharapkan pemilik dapat mengetahui keadaan keuangan usaha mereka, sehingga mereka dapat menetapkan beberapa kebijakan yang dapat membantu keberlangsungan usahanya. Selain itu, pemilik usaha juga dapat memperoleh informasi-informasi yang sangat diperlukan agar kegiatan operasional usaha dapat berjalan stabil dan target laba yang diinginkan tercapai. Dalam hal ini penulis akan menghususkan pembahasan terhadap produk yang dibuat sendiri oleh pemilik usaha, karena produk tersebut mengeluarkan biaya yang cukup tinggi dan tentunya memberikan kontribusi penjualan yang relatif tinggi dari total penjualan tiap bulannya bila dibandingkan dengan penjualan produk konsinyasi.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, maka permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini ialah:

1. Produk manakah yang memberikan keuntungan terbesar bagi usaha dan produk manakah yang memberikan keuntungan terkecil ?
2. Berapakah besarnya titik impas penjualan Mei Pastry ?
3. Berapakah besarnya *Margin of Safety* dan *Margin of Safety Ratio* ?
4. Berapakah besarnya *Total Operating Leverage* (TOL) Mei Pastry?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan utama penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana penerapan analisis CVP dalam perusahaan. Sedangkan maksudnya ialah:

1. Untuk mengetahui produk mana yang paling menguntungkan dan merugikan.
2. Untuk menerapkan analisis CVP dalam usaha Mei Pastry untuk mengetahui titik impas dan *Margin of Safety* juga *Margin of Safety Ratio* bagi masing-masing jenis produk yang dijual.
3. Untuk mengetahui besarnya *Total Operating Leverage* (TOL) untuk mengetahui besarnya peningkatan atau penurunan laba yang dapat terjadi pada tingkat penjualan tertentu.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat penelitian, yaitu:

1. Dapat memberikan informasi yang berguna bagi usaha Mei Pastry di bidang keuangan.
2. Dapat memberikan pertimbangan bagi pemilik usaha dalam rangka pengambilan keputusan langkah – langkah yang akan diambil di masa mendatang untuk mencapai target laba dan penjualan yang diinginkan.
3. Dapat menjadi salah satu referensi dalam menambah pengetahuan yang ada, khususnya dalam penerapan analisis CVP bagi usaha kecil.

1.5 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menetapkan batasan – batasan penelitian agar tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditetapkan. Batasan – batasan tersebut meliputi:

1. Data keuangan yang digunakan ialah data keuangan periode Januari 2009 – Agustus 2009.
2. Data keuangan yang digunakan ialah data keuangan yang berasal dari produk yang di produksi oleh Mei Pastry (bukan produk konsinyasi).
3. Produk yang diteliti ialah produk – produk yang dinilai memiliki kontribusi cukup tinggi pada laba usaha.