

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Bisnis dan keluarga bukanlah hal yang tidak bisa disatukan. Banyak usaha yang dimulai dari hobi keluarga kemudian berkembang menjadi perusahaan keluarga. Bahkan tidak sedikit perusahaan keluarga yang tumbuh berkembang dan menjadi perusahaan besar di Indonesia. Namun tidak sedikit juga perusahaan keluarga yang tidak berkembang bahkan mati.

Menurut Erwin dalam artikel di majalah Eksekutif "*Potret Perusahaan Keluarga Indonesia*" Edisi 281 Januari 2002 mengatakan bahwa:

“Hal yang paling dikhawatirkan oleh perusahaan keluarga di Indonesia adalah mengenai pengembangan bisnisnya. Sebagian besar (90%) pemilik perusahaan keluarga selalu bertanya apakah dirinya benar-benar perlu mengembangkan bisnisnya. Pertanyaan ini mengindikasikan bahwa orientasi perusahaan keluarga di Indonesia masih jangka pendek sifatnya. Mereka masih konvensional dalam mengelola bisnisnya dan belum berfikir pengembangan.”

A. B. Susanto *Managing Partner The Jakarta Consulting Group* (<http://strategi-bisnis.blogspot.com/2005/07/menguak-perusahaan-keluarga-di.html>) menyatakan bahwa banyak temuan dalam survei yang dilakukan *The Jakarta Consulting Group* terhadap 87 perusahaan keluarga skala menengah ke atas yang tersebar di beberapa kota di Indonesia. Di antara responden ini, sekitar sepertiganya mempunyai pasar nasional dan seperlima lainnya bahkan sudah merambah pasar internasional.

Survei di negara-negara yang lebih maju menunjukkan sebagian besar pendiri perusahaan keluarga tidak menginginkan keturunannya bekerja di perusahaan

tersebut. Bahkan survei yang dilakukan di Inggris menyebutkan bahwa hampir sembilan puluh persen anggota keluarga pendiri (*the founder's family members*) tidak mengharapkan bekerja di perusahaan keluarga tersebut dan hanya lima persen responden menginginkan bergabung dan mengharapkan langsung duduk dalam posisi manajerial. Sementara itu yang terjadi di Indonesia justru sebaliknya. Mayoritas pendiri mengatakan ingin agar anak-anak mereka masuk ke dalam perusahaan, dan respon dari anggota keluarga pun setali tiga uang, menginginkan bekerja di perusahaan tersebut. Temuan ini beralasan sekali, karena dengan tingkat pengangguran yang demikian tinggi peluang kerja di luar perusahaan keluarga harus diakui masih cukup sulit. Selain itu ikatan keluarga khas bangsa-bangsa timur memang relatif lebih kuat di banding di negara-negara barat.

Salah satu dari *family business* adalah toko bahan bangunan atau *material*. Selama puluhan tahun bila ingin membangun atau merenovasi rumah, kita memesan bahan bangunan di toko *material* terdekat atau yang sudah lama kita kenal. Pilihan serba terbatas. Harga tergantung tawar menawar atau berdasarkan kepercayaan. Sekarang pilihan makin beragam. Belanja makin mudah. Cukup datang ke satu lokasi untuk mendapatkan hampir semua *material* yang dibutuhkan. Tapi, karena masih berupa toko-toko yang terbatas arealnya, tetap saja tak leluasa memilih. Karena itu, muncul *supermarket* bahan bangunan. Salah satunya Kenari Jaya. Tetapi produk yang diujakan terbatas pada handel pintu, kunci, dan pernak-perniknya.

Dalam artikel majalah ESTATE edisi April 2006, Pada tahun 1996 muncul *supermarket* bahan bangunan yang menjual hampir seluruh *material* bangunan kecuali pasir dan batubata, di Kalimantan, Bekasi. Namanya Depo Bangunan. Pendirinya pengusaha Budyanto Totong. Setahun setelah itu atau hanya beberapa

bulan sebelum awal krisis moneter Agustus 1997, ia kembali mendirikan *supermarket* bahan bangunan Mitra10. Gerai pertamanya seluas 420 m² juga di Kalimantan.

Mitra 10 melihat peluang bisnis di sektor *ritel* bahan bangunan yang belum tergarap secara optimal. Mengingat pasar yang luas, diperkirakan peningkatan keperluan bahan konstruksi bangunan dari lantai hingga atap rumah makin dibutuhkan. Pasar besar tersebut dinilai potensial untuk *superstore* bahan bangunan. Mitra 10 menjadi perintis toko bahan bangunan *modern* di Indonesia. Semakin bervariasinya bahan bangunan dan peralatan untuk merenovasi rumah dan upaya memenuhi semua keperluan konsumen

Kondisi Perekonomian dalam situasi keterbukaan seperti sekarang ini, dunia usaha seringkali dihadapkan pada kondisi ketidakpastian yang tinggi dalam pengelolaan perusahaan. Dengan demikian, apabila perusahaan keluarga ingin tetap *survive* dan berkembang di tengah-tengah ketatnya persaingan, maka para manajer perusahaan dituntut untuk selalu beroperasi secara efisien.

Dalam melakukan investasi, setiap perusahaan umumnya akan berusaha agar perluasannya dapat berkembang sesuai dengan tujuan perusahaan yaitu untuk mendapatkan laba sebesar-besarnya untuk kelangsungan hidup perusahaan. Proses pengambilan keputusan untuk melakukan investasi merupakan suatu proses yang cukup panjang, sulit dan kompleks. Sehingga memerlukan pertimbangan yang benar-benar matang, termasuk salah satunya adalah penilaian berbagai macam usulan investasi untuk memperoleh gambaran dari realisasi rencana tersebut, maka perlu dibuat suatu anggaran. Salah satu anggaran yang dibahas adalah analisis penganggaran modal (*Capital Budgeting*).

Menurut Gudono (2000:150):

”*Capital Budgeting* dapat diartikan sebagai semua kegiatan perencanaan investasi jangka panjang (aktiva tetap) dan perealisasiannya. Analisis *Capital Budgeting* sangat penting karena pengeluaran investasi jangka panjang melibatkan sumber daya dalam jumlah besar yang dimiliki perusahaan. Semakin lama dana (sumber daya) itu terikat, semakin besar risiko yang harus dipikul perusahaan.”

Sedangkan menurut Prof. Dr. Ridwan S. Sundjaja, Drs., M.S.B.A dan Dra. Inge

Barlian, Ak., M.Sc (2003:146):

”Penganggaran modal (*Capital Budgeting*) adalah proses mengevaluasi dan memilih investasi jangka panjang sesuai dengan sasaran perusahaan untuk memaksimalkan kekayaan perusahaan.”

Jadi, penganggaran modal (*Capital Budgeting*) merupakan suatu konsep investasi, dikatakan sebagai suatu konsep investasi, sebab penganggaran modal melibatkan suatu pengikatan (penanaman) dana di masa sekarang dengan harapan memperoleh keuntungan yang dikehendaki di masa mendatang.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada perusahaan bahan bangunan yang merupakan salah satu perusahaan keluarga dan sudah berdiri sejak 1987. Pemilik perusahaan tersebut ingin mengembangkan usahannya dengan pilihan alternatif membeli sebuah kendaraan baru (truk untuk mengangkut pasir), atau menginvestasikan dananya untuk perubahan tempat usaha menjadi *minimarket* bahan bangunan untuk meningkatkan *profit* perusahaan, dengan menggunakan analisis penganggaran modal (*Capital Budgeting*). Judul dari penelitian ini adalah **“Peranan Penganggaran Modal (*Capital Budgeting*) dalam Pengambilan Keputusan untuk Pembelian Truk atau Perubahan Tempat Usaha”**

1.2. Identifikasi Masalah

Setiap perusahaan yang baru melakukan investasi, baik baru maupun penambahan untuk perluasan, pihak manajemen selalu berharap bahwa dana yang tertanam dalam investasi tersebut akan diperoleh kembali dalam jangka waktu tertentu yang telah diantisipasi. Keseluruhan proses perencanaan dan pengambilan keputusan mengenai investasi tersebut mempunyai pengaruh yang besar terhadap resiko dan *profitabilitas* perusahaan.

Proses pengambilan keputusan untuk melakukan investasi merupakan suatu proses yang cukup panjang, sulit dan kompleks. Sehingga memerlukan pertimbangan yang benar-benar matang, termasuk salah satunya adalah penilaian berbagai macam usulan investasi untuk memperoleh gambaran dari realisasi rencana tersebut, maka perlu dibuat suatu anggaran. Salah satu anggaran yang dibahas adalah analisis penganggaran modal (*Capital Budgeting*).

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis mengidentifikasi beberapa masalah pokok yang akan mendasari penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana perhitungan penganggaran modal (*Capital Budgeting*) untuk pembelian truk baru?
2. Bagaimana perhitungan penganggaran modal (*Capital Budgeting*) untuk perubahan tempat usaha menjadi *minimarket* bahan bangunan?
3. Bagaimana peranan penganggaran modal (*Capital Budgeting*) dalam pengambilan keputusan untuk pembelian truk atau perubahan tempat usaha?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menjelaskan perhitungan penganggaran modal (*Capital Budgeting*) untuk pembelian truk baru.
2. Menjelaskan perhitungan penganggaran modal (*Capital Budgeting*) untuk perubahan tempat usaha menjadi *minimarket* bahan bangunan.
3. Menguraikan peranan penganggaran modal (*Capital Budgeting*) dalam pengambilan keputusan untuk pembelian truk atau perubahan tempat usaha.

1.4. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberi manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung bagi berbagai pihak, diantaranya bagi:

- 1 Perusahaan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan untuk memilih alternatif mana yang sebaiknya dijalankan.
- 2 Pihak-pihak lain, dan rekan-rekan mahasiswa. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan wawasan yang lebih luas, terutama bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian mengenai masalah yang sejenis.
- 3 Penulis. Penelitian ini berguna untuk menambah wawasan bagaimana penerapan langsung dari *capital budgeting* pada keadaan nyata dan penelitian ini merupakan salah satu persyaratan dalam menempuh sidang sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Kristen Maranatha.

1.5. Metoda Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan studi kasus dengan metode penelitian deskriptif analitis, yaitu suatu metode penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan, menyajikan, dan menganalisis data yang berhubungan dengan objek yang diteliti untuk mendapatkan informasi dan gambaran yang jelas tentang objek penelitian serta menarik kesimpulan dari penelitian tersebut.

Teknik pengumpulan data dan informasi yang dilakukan oleh penulis adalah:

1. Penelitian lapangan (*Field Research*)

yaitu pengumpulan data secara langsung dengan mengadakan penelitian terhadap objek penelitian untuk memperoleh data primer, yaitu data yang langsung diperoleh dari sumber utama. Untuk itu, dilakukan:

- a. Observasi, yaitu suatu teknik penelitian dan pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung objek yang sedang diteliti.
- b. Wawancara, yaitu suatu teknik penelitian dan pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab secara lisan dengan staf dan karyawan perusahaan yang ada kaitannya dengan topik yang dibahas.
- c. Dokumentasi, yaitu suatu teknik penelitian dan pengumpulan data dengan cara mengumpulkan dan mempelajari catatan dan dokumen perusahaan.

2. Studi kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian ini dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder dengan cara membaca dan mempelajari literatur-literatur, catatan-catatan kuliah, majalah, internet, artikel, dan referensi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

1.6. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian ini pada toko bahan bangunan Cahaya Logam yang merupakan salah satu perusahaan keluarga (*Family Business*) dan sudah berdiri sejak 1987, yang berdomisili di Bandung. Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan dari bulan Januari 2009 sampai dengan Juli 2009.