

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang penelitian

Kemajuan dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi informasi membuat Indonesia masuk dalam era globalisasi, yaitu suatu era dimana Indonesia harus bersaing dengan negara-negara lain. Persaingan ini mencakup hal informasi, tenaga kerja, pendidikan dan juga teknologi. Dengan adanya globalisasi ini batas-batas antar negara menjadi semakin pudar sehingga menimbulkan adanya perdagangan bebas antar negara. Akibat adanya perdagangan bebas ini membuat persaingan dunia menjadi semakin ketat. Indonesia dapat dikategorikan sebagai negara berkembang yang harus bersaing dalam era globalisasi ini.

Industri-industri yang ada di Indonesia saat ini harus dikembangkan karena merupakan salah satu sektor pembangunan ekonomi. Dengan dikembangkannya industri-industri tersebut, maka Indonesia dapat bertahan dalam arus globalisasi. Industri juga memegang peranan penting dalam meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi, perluasan lapangan pekerjaan, memperkecil jumlah pengangguran, dan juga sebagai penghasil devisa bagi negara tersebut.

Menteri Perekonomian Budiono (diena.lestari@bisnis.co.id/gajah.kusumo@bisnis.co.id) mengakui bahwa investasi merupakan kunci pokok untuk kebangkitan ekonomi di suatu negara. Untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi,

maka pemerintah harus menerapkan beberapa kebijakan agar investor mudah dalam berinvestasi. Kebijakan tersebut antara lain :

1. Pemerintah menetapkan suku bunga pinjaman yang rendah serta cicilan yang ringan agar investor mudah mendapatkan modal.
2. Pemerintah mempersingkat prosedur dalam mengurus Surat Izin Pendirian Usaha.
3. Pemerintah menerapkan regulasi perpajakan yang ringan bagi investor.

www.kontan.com Kamis, 9 Oktober 2008 mengatakan bahwa :

“akhir-akhir ini perekonomian Amerika Serikat sedang terpuruk, hal ini berdampak pada krisis ekonomi global dan Indonesia salah satu negara yang terkena dampaknya. Dengan adanya krisis ini Bank Indonesia harus mampu mengendalikan inflasi dan menjaga stabilitas nilai tukar suku bunga. Dengan begitu, aliran dana asing bakal tetap bertahan di pasar keuangan Indonesia.

Cara mempertahankan para investor asing agar tetap menempatkan dananya di Indonesia adalah dengan meyakinkan mereka bahwa ekonomi di Indonesia cukup bagus dan juga Indonesia menarik untuk dijadikan sebagai tempat berinvestasi.

“Iklim investasi yang menarik tersebut dapat dilihat dari nilai tukar yang stabil,” tutur Wimboh Santoso, Kepala Biro Stabilitas Sistem Keuangan Direktorat Penelitian dan Pengaturan Perbankan bank Indonesia (BI). Selama ini BI selalu menjaga rupiah agar tidak terjadi fluktuasi yang terlalu tinggi. Selain itu faktor lain yang dilakukan oleh BI untuk meyakinkan para investor asing bahwa iklim investasi di Indonesia cukup menarik adalah dengan menaikkan BI *rate*.”

Meskipun ada kemudahan-kemudahan permodalan dalam mendirikan usaha baru yang ditetapkan oleh pemerintah, tetapi dengan adanya krisis yang terjadi saat ini, maka persaingan menjadi semakin ketat. Hal ini menjadi tantangan berat dan sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka waktu yang panjang. Dalam hal ini, perusahaan harus dapat bertahan hidup dan memperoleh laba yang optimum agar mampu bersaing dalam era globalisasi. Laba yang diperoleh perusahaan umumnya digunakan untuk pengembangan perusahaan. Laba terbentuk dari selisih antara pendapatan dan biaya, dimana laba adalah pendapatan dikurangi biaya.

Kebijakan yang tepat dengan kondisi yang sesuai dengan persaingan yang ketat adalah dengan melakukan analisis *Cost-Volume-Profit*. Analisis *Cost-Volume-Profit* merupakan alat yang digunakan oleh manajemen untuk menentukan kebijakan berkaitan dengan biaya, volume penjualan dan laba. Analisis *Cost-Volume-Profit* juga berguna untuk mengetahui titik impas (*breakeven point*).

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“PERANAN ANALISIS *COST-VOLUME-PROFIT* DALAM MENENTUKAN KEBIJAKAN YANG TEPAT UNTUK MENINGKATKAN LABA DI PT.X.”**

1.2 Identifikasi penelitian

Dalam era globalisasi ini, persaingan antara perusahaan semakin ketat. Oleh sebab itu, perusahaan harus dapat mempertahankan kelangsungan hidup

perusahaannya dan membuat keputusan yang tepat mengenai harga jual, biaya, dan volume penjualan agar perusahaan dapat mencapai laba yang optimum. Berdasarkan uraian tersebut, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Apakah perusahaan telah melakukan analisis *cost-volume-profit* untuk meningkatkan laba?
2. Bagaimana penerapan analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP) dalam meningkatkan laba?
3. Bagaimana pengaruh perubahan variabel dalam analisis *cost-volume-profit* terhadap laba yang dihasilkan?
4. Sejauh mana peranan analisis *Cost-Volume-Profit* dalam menentukan kebijakan yang tepat untuk meningkatkan laba?

1.3 Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui perusahaan tersebut sudah atau belum melakukan analisis *cost-volume-profit*.
2. Untuk mengetahui penerapan analisis *Cost-Volume-Profit* oleh PT X .
3. Untuk mengetahui pengaruh perubahan variabel dalam analisis *cost-volume-profit* terhadap laba yang dihasilkan.
4. Untuk mengetahui peranan analisis *Cost-Volume-Profit* dalam menentukan kebijakan yang tepat untuk meningkatkan laba.

1.4 Kegunaan

1. Bagi penulis

Menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai peranan *Cost-Volume-Profit* dalam usaha menentukan laba dan memberikan pemahaman serta pengalaman dalam menerapkan teori-teori yang ada untuk menghadapi kendala-kendala yang mungkin terjadi didunia usaha.

2. Bagi perusahaan yang menjadi objek penelitian

Dapat membantu perusahaan dengan memberikan saran-saran yang bermanfaat untuk dijadikan bahan pertimbangan dalam pemilihan kebijakan guna meningkatkan laba perusahaan.

3. Bagi pembaca

Sebagai salah satu referensi dan bahan pembanding yang dapat dipakai dalam melakukan penelitian lebih lanjut.

1.5 Kerangka pemikiran

Sukses atau tidaknya perusahaan dipengaruhi oleh kemampuan manajemen dalam melihat dan mempergunakan kesempatan yang ada serta kesempatan yang akan muncul di masa yang akan datang. Menurut Hansen dan Mowen (2005:4-5) tugas manajemen adalah merencanakan masa depan perusahaan dengan cara memperkirakan segala keadaan dan memanfaatkan kesempatan yang mungkin muncul serta bagaimana cara-cara untuk menghadapi masalah. Tujuan utama perusahaan adalah memperoleh laba. Begitu juga dengan PT X. PT X ini didirikan

dengan tujuan untuk memperoleh laba atau profit yang optimum guna menjaga kelangsungan hidup perusahaan, juga berguna untuk mengembangkan perusahaan.

Menurut Hansen dan Mowen (2005:274) pencapaian laba yang optimum dipengaruhi oleh banyaknya jumlah produk yang terjual (*volume*), sedangkan banyaknya produk yang terjual (*volume*) dipengaruhi oleh harga jual produk. Dalam hal ini, PT X menjual produk berupa kertas. PT X tidak boleh menentukan harga jual sembarangan karena dapat menurunkan permintaan akan produk tersebut, apalagi di tengah persaingan yang ketat. Dalam pasar yang kompetitif, harga jual yang *relative* tinggi dibandingkan dengan pesaing dapat membuat permintaan menurun. Selain dipengaruhi oleh pesaing, harga jual juga dipengaruhi oleh biaya-biaya yang timbul. Biaya yang besar membuat harga jual semakin tinggi. Untuk mendapatkan laba maka pendapatan yang diterima harus lebih besar dari biaya. Jika PT X menetapkan harga yang *relative* tinggi, maka dapat menurunkan permintaan. Dengan menurunnya permintaan maka menurunkan pendapatan yang berakibat juga pada berkurangnya laba.

Untuk tetap dapat mengikuti persaingan secara kompetitif dan dapat mencapai laba yang optimum, manajemen harus dapat memutuskan dan memilih kebijakan yang berkaitan dengan biaya, harga jual dan volume penjualan produk secara tepat. Sarana yang digunakan untuk memilih kebijakan tersebut adalah dengan melakukan analisis *Cost-Volume-Profit*.

Menurut Bloecher, Chen, Lin (2002 : 298) :

“Cost-Volume-Profit analysis is a method for analyzing how operating decisions and marketing decisions affect net income based on understanding of the relationship between variable cost, fixed cost, unit selling price, and the output level.”

Menurut Encyclopedia of Business, 2nd ed., (1999) by G.smith :

“Cost-volume-profit analysis (CVP), or break-even analysis, is used to compute the volume level at which total revenues are equal to total costs. When total costs and total revenues are equal, the business organization is said to be breaking even. The analysis is based on a set of linear equations for a straight line and the separation of variable and fixed costs.”

Dalam analisis *Cost-Volume-Profit* tercakup juga analisis *breakeven*. *Breakeven* atau titik impas sampai saat ini belum bisa diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia secara pasti. Hal ini dikarenakan belum adanya kesepakatan tentang pengertian *breakeven* oleh pakar. Masih adanya perbedaan-perbedaan tentang pengertian *breakeven* ini. Berikut ini beberapa definisi *breakeven* menurut pakar-pakar ekonomi dalam literturnya.

Menurut L.M Samryn (2001:168) analisis *breakeven* adalah:

“Titik Impas adalah titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya atau sebagai titik dimana total margin kontribusi sama dengan total biaya tetap”.

Menurut Charles T. Horngren, Srikant M Datar, dan Gorge Foster (2003:75)

mendefinisikan *breakeven* adalah sebagai berikut:

“Titik impas (breakeven point) adalah volume penjualan dimana pendapatan dan jumlah bebannya sama, tidak terdapat laba maupun rugi bersih”.

Menurut Hansen dan Mowen (2005:274) mendefinisikan *breakeven point* adalah sebagai berikut:

“*Breakeven point* adalah titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya, titik dimana laba sama dengan nol”.

Dari beberapa uraian di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa analisis *breakeven point* adalah suatu cara atau alat atau teknik yang digunakan untuk mengetahui volume kegiatan produksi (usaha) dimana dari volume produksi tersebut perusahaan tidak memperoleh laba dan juga tidak menderita rugi.

Dengan mengetahui titik impasnya (*Breakeven Point*), manajer suatu perusahaan dapat mengindikasikan tingkat penjualan yang disyaratkan agar terhindar dari kerugian, dan diharapkan dapat mengambil langkah-langkah yang tepat untuk masa yang akan datang. Dengan mengetahui titik impas ini, manajer juga dapat mengetahui sasaran volume penjualan minimal yang harus diraih oleh perusahaan yang dipimpinnya.

Horngren, Foster, Datar (2006 : 64) mengemukakan pendapat mengenai kegunaan dari *breakeven point* :

“*Managers are interested in the breakeven point because they want to avoid operating loses.*”

1.6 Metode penelitian

Metoda penelitian yang penulis gunakan adalah metoda deskriptif analitis, yaitu metoda yang bertujuan untuk mendeskripsikan, mencatat, menganalisis, dan menginterpretasikan kondisi yang sekarang ini terjadi atau ada serta memperoleh

informasi-informasi mengenai keadaan saat ini secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fenomena yang diselidiki.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penelitian kepustakaan (*library research*) dan penelitian lapangan (*field research*).

1. Penelitian lapangan (*field research*)

Merupakan teknik pengumpulan data dengan meninjau secara langsung ke perusahaan untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan melalui :

- a. Melakukan wawancara kepada pihak yang terkait mengenai masalah yang diteliti untuk melengkapi data yang diperlukan.
- b. Melakukan observasi dengan meninjau dan mengamati secara langsung keadaan perusahaan dengan segala aspek kegiatan yang berhubungan dengan penelitian.

2. Penelitian kepustakaan (*library research*)

Merupakan teknik pengumpulan data atau bahan dengan menggunakan literature, referensi yang berhubungan dengan penelitian ini ditambah dengan catatan perkuliahan selama di bangku kuliah.

1.7 Tempat dan lokasi penelitian

1.7.1 Lokasi penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini, penelitian dilakukan pada PT X yang berdomisili di Bandung, sebuah perusahaan yang bergerak dibidang distributor kertas.

1.7.2 Waktu penelitian

Penelitian yang dilakukan memakan waktu kurang lebih 4 bulan, dari bulan September sampai Januari 2009.