

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Tingginya tingkat persaingan dalam dunia bisnis sekarang ini, membuat setiap perusahaan harus dapat menentukan strategi yang tepat agar dapat bertahan. Strategi yang tepat untuk menghadapi persaingan dengan perusahaan-perusahaan lain dalam hal menjual atau menawarkan barang dan jasa yang sejenis. Banyak strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk bersaing, salah satunya adalah dengan melakukan perencanaan laba yang tepat.

Tujuan perusahaan melakukan perencanaan laba adalah sebagai tolok ukur dalam mencapai laba, memudahkan pihak manajemen dalam mencapai tujuan perusahaan, dan memungkinkan pihak manajemen untuk bekerja secara efektif dan efisien.

Hal-hal yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam usahanya untuk meningkatkan laba adalah meningkatkan efisiensi dan efektifitas proses produksi, meningkatkan kapasitas produksi, memperbaiki strategi pemasaran dan memperbaiki pengambilan keputusan.

Besar kecilnya laba perusahaan dipengaruhi oleh harga jual, biaya produksi dan volume penjualan. Dalam manajemen keuangan ada beberapa analisis untuk perencanaan laba, salah satunya adalah analisis *break even point*. Analisis *break even point* digunakan untuk menentukan dan mencari jumlah barang atau jasa yang harus dijual kepada konsumen pada harga tertentu untuk menutupi biaya-biaya yang timbul serta mendapatkan keuntungan / profit (sumber:http://organisasi.org/pengertian_definisi_dan_rumus_bep_break_even_point_ilmu_ekonomi_studi_pembangunan).

Perusahaan yang diteliti adalah CV. X yang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pakaian distro, berfokus pada wilayah kota Bandung dan sekitarnya. Dewasa ini banyak sekali bermunculan toko-toko distro, distro kependekan dari "*distribution outlet*" yaitu sebuah tempat yang menyediakan dan menjual barang produk buatan dalam negeri dengan harga yang terjangkau. Tapi walaupun produk lokal, peminat terhadap produk-produk distro ini sangat banyak diminati, karena produk distro memiliki desain yang unik dan diproduksi dalam jumlah yang terbatas. Tidak heran kalau industri distro memiliki omzet ratusan miliar rupiah pertahun. Oleh karena itu analisis *break even point* sangat berperan penting bagi pihak manajemen perusahaan ini di dalam merencanakan dan mencapai laba yang ditargetkan, sehingga laba maksimal yang diinginkan oleh perusahaan dapat tercapai.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, penulis bermaksud melakukan penelitian yang berjudul **“Peranan Analisa *Break Even* Dalam Perencanaan Laba Perusahaan Pakaian CV. X”**

1.2 Identifikasi Masalah

Untuk dapat menetapkan laba yang tepat agar tidak mengalami kerugian, CV. X menetapkan harga jual berdasarkan tingkat *break even point* dan tingkat *margin of safety*.

Berdasarkan perkiraan kondisi–kondisi tersebut di atas, maka penulis merumuskan masalah–masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut ini.

1. Berapa besar tingkat *break even point* perusahaan pakaian CV. X periode tahun 2008?
2. Berapa besar tingkat *margin of safety* perusahaan pakaian CV. X periode tahun 2008?
3. Berapa besar pengaruh perubahan biaya tetap, biaya variabel, dan target volume penjualan perusahaan pakaian CV. X?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. untuk mengetahui tingkat *operational break evenpoint* dari perusahaan pakaian CV. X periode tahun 2008;
2. untuk mengetahui seberapa besar tingkat *margin of safety* dari perusahaan pakaian CV. X periode tahun 2008;
3. untuk mengetahui seberapa besar efek perubahan biaya tetap, biaya variabel, dan target volume penjualan terhadap laba yang akan diperoleh perusahaan pakaian CV. X.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi yang sangat berguna bagi pihak–pihak sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan
 - Sebagai informasi bagi manajemen untuk mengetahui secara jelas tingkat *break even point* perusahaan agar dapat penetapan labanya lebih optimum.
 - Sebagai bahan masukan dan saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pihak manajemen untuk menetapkan kebijakan dan meningkatkan kinerja keuangannya di masa yang akan datang.
2. Bagi masyarakat umum
 - Sebagai masukan bagi pembaca yang membutuhkan.
3. Bagi penulis

- Untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai analisa *break even point* yang nantinya diharapkan dapat diterapkan dalam kasus yang serupa dalam dunia nyata.
- Sebagai perbandingan antara praktek-praktek di lapangan dengan teori-teori yang diperoleh selama perkuliahan

1.5 Kerangka Pemikiran

Salah satu syarat agar perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya adalah perusahaan harus dapat menghasilkan keuntungan dari penjualan.

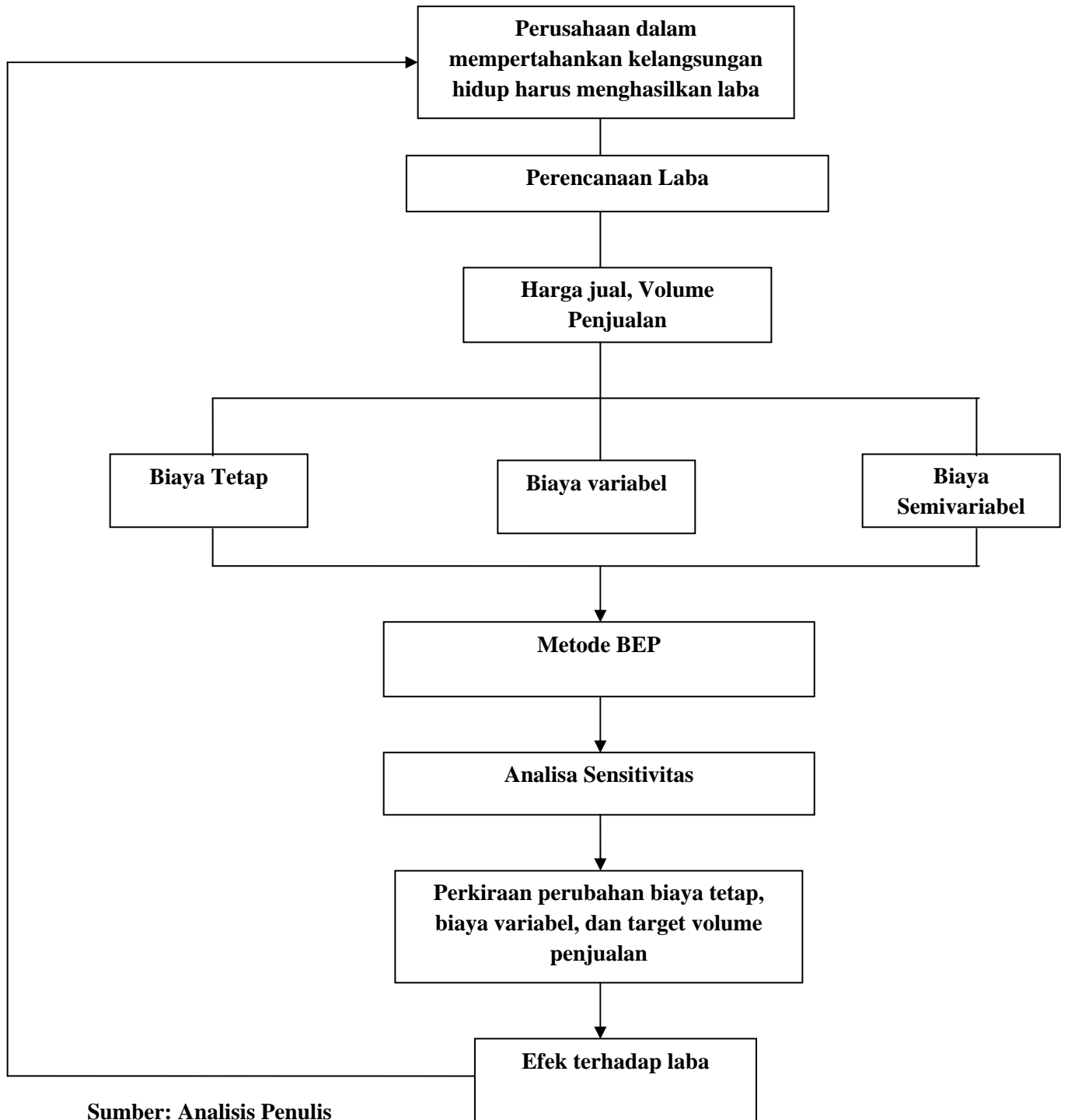
Keuntungan perusahaan merupakan selisih dari penghasilan penjualan dengan semua biaya yang digunakan perusahaan. Untuk dapat menghasilkan laba yang optimal perlu disusun perencanaan laba agar kemampuan yang dimiliki perusahaan dapat dikerahkan secara terkoordinasi dalam mencapai tujuan tersebut.

Laba perusahaan sangat dipengaruhi oleh harga jual per unit, volume penjualan, biaya tetap, biaya variabel dan biaya semi variabel. Salah satu alat perencanaan laba yang paling tepat adalah dengan menggunakan analisa *break even point*, karena pada analisa *break even point* terdapat pengaruh hubungan antara biaya, laba, dan volume penjualan.

Selain itu, pada analisis *break even point* kita juga dibantu oleh analisis sensitivitas yang mengukur dampak perubahan volume penjualan, harga produk,

biaya tetap dan biaya variabel terhadap perubahan laba. Sehingga perusahaan dapat memperkirakan laba usaha yang akan diperoleh. Dengan adanya laba tersebut maka perusahaan dapat mempertahankan usahanya.

Gambar I. Bagan Kerangka Pemikiran



Sumber: Analisis Penulis

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan metode deskriptif, yaitu metode yang melukiskan keadaan yang sebenarnya yang tampak pada saat penelitian dilakukan, dengan cara mengumpulkan, menganalisa, menginterpretasikan data yang diperoleh, dan membuat suatu kesimpulan dari hasil penelitian tersebut.

Cara pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Wawancara dengan pihak-pihak yang bertanggung jawab untuk memberikan data dan keterangan.
2. Observasi untuk melihat kegiatan perusahaan secara jelas terutama berhubungan dengan topik yang diteliti.

Data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data Primer yaitu data diperoleh dari wawancara dan observasi langsung ke perusahaan.
2. Data sekunder yaitu berupa laporan keuangan yang ada pada perusahaan yang berhubungan dengan topik yang diteliti.