

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Berkembangnya dunia usaha sekarang ini menyebabkan semakin ketatnya persaingan perusahaan khususnya perusahaan sejenis untuk mendapatkan tempat dalam pilihan konsumen. Perusahaan yang tidak dapat bersaing akan terlempar keluar dari arena persaingan. Untuk menjaga kesinambungan perusahaan dalam menghadapi yang ketat tersebut, diperlukan penanganan dan pengolahan yang baik.

Berhasil atau tidaknya suatu perusahaan pada umumnya ditandai dengan kemampuan manajemen dalam melihat kemungkinan dan kesempatan di masa yang akan datang, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Oleh karena itu ialah tugas manajemen untuk merencanakan masa depan perusahaannya. Kegiatannya pokoknya manajemen dalam perencanaan perusahaan ialah memutuskan sekarang berbagai macam alternatif dan perumusan kebijakan yang akan dilaksanakan di masa yang akan datang.

Dalam melaksanakan fungsi perencanaan, manajemen memfokuskan pada pencapaian laba maksimal baik jangka pendek maupun jangka panjang. Pada jangka pendek, manajemen dibatasi oleh tingkah laku biaya, kapasitas normal dan luasnya benda modal tersedia.

Oleh karena itu ukuran yang seringkali dipakai untuk menilai berhasil tidaknya manajemen suatu perusahaan ialah laba yang diperoleh perusahaan.

Sedangkan laba terutama dipengaruhi oleh tiga faktor :

- Volume produk yang dijual.
- Harga jual produk
- Biaya

Biaya menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang dikehendaki, harga jual mempengaruhi volume penjualan, sedangkan volume penjualan langsung mempengaruhi volume produksi, dan volume produksi mempengaruhi biaya. Tiga faktor tersebut saling berkaitan satu sama lainnya, oleh karena itu dalam perencanaan laba jangka pendek, hubungan antara biaya, volume, dan laba memegang peranan yang sangat penting, sehingga dalam pemilihan alternatif tindakan dan perumusan kebijakan untuk masa yang akan datang.

Informasi mengenai volume penjualan, biaya dan harga dapat digunakan oleh manajemen sebagai bahan analisis agar perusahaan tidak mengalami kerugian dalam menjalankan usahanya dan juga untuk merencanakan laba masa yang akan datang.

Karena pentingnya masalah laba bagi perusahaan, untuk itu manajemen harus merencanakan, menganalisa dan memutuskan kebijakan secermat mungkin agar laba maksimal dapat dicapai.

Salah satu alat bantu bagi manajemen dalam perencanaan laba jangka pendek ialah “*Analisa biaya, volume dan laba*” (*cost-profit-volume analysis/CPV analysis*). Analisis biaya, volume dan laba merupakan analisa terhadap hubungan ketiga faktor di atas. Dengan CPV analisis, seorang manajer perusahaan mempunyai bahan pertimbangan dalam macam keputusan manajemen dan perencanaan laba perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan menggunakan CPV analisis dalam suatu skripsi dengan judul “**Analisis Cost-Profit-Volume Sebagai Alat Bantu Bagi Manajemen Dalam Perencanaan Laba**” Pada perusahaan plastik “X” Jakarta.

1.2 Identifikasi Masalah

Agar perusahaan tidak menderita kerugian, maka sangat penting bagi perusahaan memperoleh informasi mengenai volume penjualan, biaya dan harga jual. Informasi tersebut digunakan oleh manajemen sebagai bahan analisis.

Jika perusahaan ingin mendapatkan laba, maka perusahaan harus merencanakan, menganalisa dan memutuskan kebijakan secermat mungkin agar laba dapat dicapai.

Penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Apakah PT. “X” telah melakukan pengklasifikasian biaya ke dalam biaya tetap dan biaya variabel?
2. Bagaimana PT. “X” dalam melaksanakan perencanaan laba?

3. Bagaimana analisis *cost-profit-volume* dapat membantu manajemen PT. "X" dalam perencanaan laba?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan memperhatikan masalah yang diuraikan di atas, maka maksud dan tujuan penelitian ini ialah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah PT. "X" telah melakukan pengklasifikasian biaya ke dalam biaya tetap dan biaya variabel.
2. Untuk mengetahui bagaimana PT. "X" dalam melaksanakan perencanaan laba.
3. Untuk mengetahui bagaimana analisis *cost-profit-volume* dapat membantu manajemen PT. "X" dalam perencanaan laba.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, penulis mengharapkan dapat memberikan kegunaan :

1. Penelitian ini dapat memberikan tambahan pengetahuan yang mendalam tentang perkembangan Ilmu Akuntansi khususnya Akuntansi Biaya.
2. Bagi PT. "X" , hasil penelitian ini dapat memberikan masukan dan saran mengenai analisis *cost-profit-volume*, dan dapat meningkatkan efisiensi dan keefektifan dalam proses produksi serta pencapaian laba.

3. Pihak lain, yaitu sebagai bahan referensi atau tambahan informasi dalam penelitian lebih lanjut di waktu mendatang.

1.5 Kerangka Pemikiran

Setiap perusahaan pada umumnya bertujuan untuk memperoleh laba karena laba merupakan ukuran yang sering kali dipakai untuk menilai berhasil tidaknya manajemen suatu perusahaan. Karena laba merupakan salah satu tujuan yang penting dari perusahaan, maka untuk mencapai laba tersebut manajemen harus merencanakan menganalisa dan memutuskan kebijakan secermat mungkin.

Informasi mengenai volume penjualan, biaya dan harga jual diperlukan oleh manajemen sebagai bahan analisis agar perusahaan tidak mengalami kerugian dalam menjalankan usahanya dan juga digunakan untuk merencanakan laba di masa yang akan datang.

Salah satu alat bantu bagi manajemen dalam perencanaan laba jangka pendek yaitu "*Analisis biaya, volume dan laba*" (*cost-profit-volume analysis/CPV analysis*). Analisis biaya, volume dan laba merupakan analisa terhadap hubungan ketiga faktor tersebut. Konsep biaya-volume-laba dapat dipakai oleh manajemen untuk menghadapi berbagai kemungkinan kondisi yang dapat mempengaruhi pembuatan keputusan dan perencanaan laba melalui *analisis sensitifitas*.

Analisis sensitifitas menurut Drs.RA Supriyono, S.U. :

“Analisis sensitifitas adalah analisis terhadap perubahan faktor-faktor yang mempengaruhi laba”.

(Supriyono, 1992;hl 549)

Model analisa yang paling umum digunakan dalam *cost-profit-volume analysis* adalah *analisa break even* (impas).

Pengertian analisa break-even menurut Prof. Dr. Bambang Riyanto :

“Analisa break-even adalah suatu teknik analisa untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variable, keuntungan, dan volume kegiatan (penjualan)”.

(Prof. Dr. Bambang Riyanto, 1995;hl 359)

Sedangkan break-even menurut Mulyadi :

“Break-even (impas) adalah keadaan suatu usaha yang tidak memperoleh dan tidak menderita rugi”.

Dengan kata lain, suatu usaha dikatakan impas jika jumlah pendapatan (revenue) sama dengan jumlah biaya, atau apabila laba kontribusi hanya dapat digunakan untuk menutup biaya tetap saja.

(Mulyadi, 1997;hl 230)

Pengertian Perencanaan Laba menurut Glenn, Ronald, and Paul :

“Rencana laba adalah pengungkapan keuangan dan naratif dari hasil yang diharapkan dari keputusan perencanaan”.

(Glenn,Ronald,and Paul, 1988;h134)

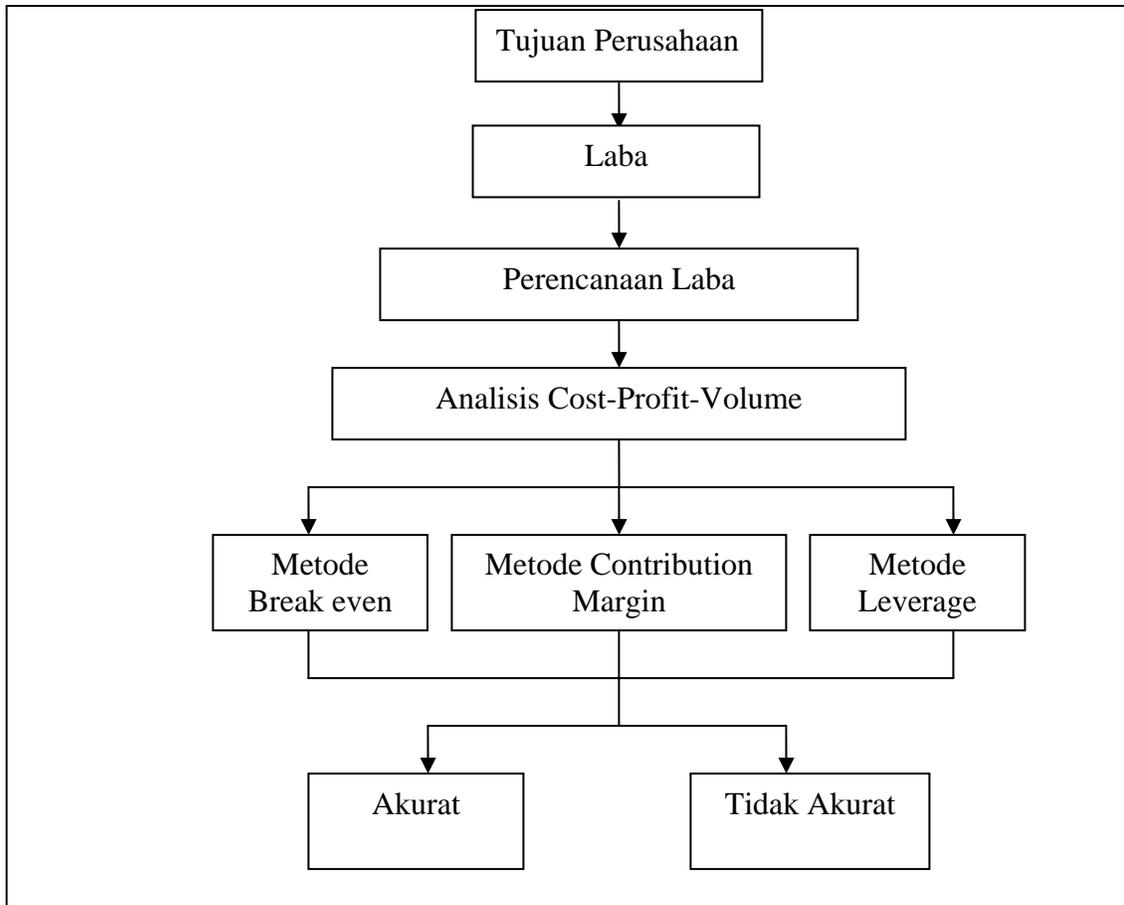
Kondisi *break even* (impas) sangat penting diketahui perusahaan. Dengan mengetahui titik impas (*break even point*) perusahaan dapat merencanakan operasinya dengan baik atau bahkan untuk tidak meneruskan operasinya. Dari analisis *break even* perusahaan juga dapat mengetahui sampai seberapa jauh volume penjualan yang direncanakan boleh turun, agar perusahaan tidak menderita kerugian. Analisis *break even* juga dapat digunakan untuk mengetahui pada volume penjualan berapakah perusahaan dapat mencapai laba tertentu.

Dalam perencanaan laba (keuntungan), *analisa break even* merupakan “*profit-planning approach*” yang mendasarkan pada hubungan antara biaya (*cost*) dan penghasilan penjualan (*revenue*).

$$\text{Laba} = \text{Penjualan} - \text{Biaya total}$$

$$\text{Biaya Total} = \text{Biaya Tetap} + \text{Biaya Variabel}$$

Alur Bagan Kerangka Pemikiran



Pengertian Contribution Margin menurut Matz, Usry, Hammer :

“Selisih diantara hasil penjualan dan biaya variable”.

(Matz, Usry, Hammer, 1998;h1181)

Berdasarkan rerangka pemikiran diatas, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

“Bahwa Analisis Cost-Profit-Volume dapat membantu perusahaan dalam perencanaan laba”.

1.6 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini dibutuhkan data yang sesuai dengan masalah yang ada serta tujuan penelitian, sehingga dari data yang dikumpulkan dapat dilakukan analisa dan penarikan kesimpulan. Untuk itu penulis melakukan penelitian dengan menggunakan metode penelitian eksploratif yang berbentuk studi kasus.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Untuk lokasi penelitian, penulis melakukan penelitian pada perusahaan plastik “X” yang berlokasi di Jakarta. Penelitian ini mulai dilakukan pada bulan Juli sampai dengan bulan September 2006.