

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Indonesia merupakan negara berkembang dengan jumlah penduduk yang cukup besar. Dalam suatu negara yang sedang berkembang, kemajuan sektor industri merupakan suatu faktor yang penting untuk menunjang kegiatan faktor-faktor lain, dan salah satu diantaranya adalah industri meubel.

Dengan melihat potensi permintaan produk meubel yang cukup baik, bermunculanlah industri-industri yang bergerak dalam bidang sejenis sehingga mendorong timbulnya persaingan yang semakin ketat. Dengan adanya persaingan ini, maka perusahaan dituntut agar dapat mempertahankan konsumen yang telah dimilikinya dan meraih konsumen-konsumen yang tersedia. Hal ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satu diantaranya adalah efisiensi dan efektivitas produksi dan penjualan.

Tanpa memperhatikan keefisienan dan keefektifan kegiatan operasinya, suatu perusahaan akan mengalami kerugian-kerugian, diantaranya yaitu: berkurangnya pangsa pasar, menurunnya kinerja perusahaan, dan pada akhirnya akan mengurangi laba yang diperoleh yang dapat mengakibatkan terhentinya kelangsungan hidup perusahaan. Untuk itu secara berkala perusahaan harus melakukan penilaian terhadap efisiensi dan keefektifan kegiatan operasinya

Salah satu alat yang dipergunakan untuk mengukur efisiensi dari kegiatan perusahaan adalah analisis perubahan laba kotor. Dengan analisis ini perusahaan

dapat menilai berbagai aktivitas yang telah dilaksanakan pada bagian produksi dan penjualan, dan membandingkannya dengan anggaran yang telah dibuat maupun dengan aktivitas perusahaan pada periode sebelumnya. Dari analisis ini akan dapat diketahui penyebab terjadinya perbedaan antara laba kotor yang diperoleh dengan laba kotor yang dianggarkan, maupun penyebab dari perbedaan antara laba kotor tahun berjalan dengan laba kotor dari tahun sebelumnya. Pada akhirnya perubahan ini akan dapat menunjukkan kelemahan-kelemahan yang terjadi dalam perusahaan, seperti adanya kenaikan dalam biaya produksi dan harga pokok produk yang dijual, sehingga diharapkan pihak manajemen dapat mengambil tindakan-tindakan korektif.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: "**Analisis Perubahan Laba Kotor Terhadap Penilaian Efisiensi dan Efektivitas Bagian Produksi dan Bagian Penjualan (Studi Kasus pada PT "X" yang Berlokasi di Cianjur)**".

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari uraian diatas maka penulis mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa sajakah yang menyebabkan perubahan pada laba kotor?
2. Bagaimana analisis perubahan laba kotor dalam menilai efisiensi dan efektivitas bagian produksi serta bagian penjualan?

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penyebab adanya perbedaan dari laba kotor yang diperoleh perusahaan dengan laba kotor yang dianggarkan atau laba kotor yang diperoleh perusahaan tahun ini dengan laba kotor yang diperoleh perusahaan pada tahun sebelumnya, serta hubungannya dengan efisiensi dan efektifitas aktivitas perusahaan, terutama pada bagian produksi dan bagian penjualan.

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan perubahan atau perbedaan laba kotor.
2. Mempelajari dan mengevaluasi analisis perubahan laba kotor dalam menilai efisiensi bagian produksi dan bagian penjualan.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi penulis, penelitian ini merupakan sarana untuk belajar meneliti, menganalisis, dan menilai masalah yang nyata, sehingga dapat mengembangkan ilmu yang diperoleh penulis selama masa perkuliahan, khususnya mata kuliah Akuntansi Biaya.
2. Bagi perusahaan yang diteliti, hasil penelitian ini dapat memberikan masukan dan saran mengenai analisis perubahan laba kotor, dan diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas bagian produksi dan bagian penjualan.

3. Bagi Universitas Kristen Maranatha dan pihak lain, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kepustakaan dan dapat menjadi tambahan perbendaharaan yang dapat digunakan sebagai bahan referensi dan sumber informasi bagi pihak yang memerlukannya.

### **1.5 Rerangka Pemikiran**

Kontinuitas hidup perusahaan ditentukan oleh keberhasilan manajemen dalam mengelola berbagai aktivitas perusahaan. Perusahaan harus mampu menghasilkan produk yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat, serta memperoleh laba yang optimum atas produk yang dijualnya. Tujuan perusahaan tersebut harus didukung oleh tiap-tiap bagian yang ada dalam perusahaan, dengan cara melaksanakan aktivitasnya dengan seefisien dan seefektif mungkin.

Salah satu cara yang dapat ditempuh manajemen dalam menilai kinerja aktivitas yang telah dilaksanakan adalah dengan melakukan analisis perubahan laba kotor. Pengertian laba kotor menurut Matz-Ustry dalam bukunya “Akuntansi Biaya, Perencanaan dan Pengendalian” (1993;195), yang disadur oleh Herman Wibowo adalah sebagai berikut:

“Laba kotor (*Gross Profit*) adalah perbedaan atau selisih antara harga pokok penjualan dengan penjualan”.

Analisis perubahan laba kotor dapat dilakukan dengan membandingkan laba kotor yang sesungguhnya dengan laba kotor yang dianggarkan jika perusahaan menggunakan anggaran sebagai dasar perencanaan dan pengendalian.

Analisis ini juga dapat dilakukan dengan membandingkan laba kotor tahun sekarang dengan laba kotor tahun sebelumnya sebagai tahun basis.

Analisis laba kotor dapat menunjukkan faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya kenaikan atau penurunan laba kotor. Faktor-faktor ini menjadi tanggung jawab berbagai departemen yang harus menjelaskan penyebab terjadinya perubahan di dalam laba kotor tersebut. Bagian penjualan bertanggung jawab atas perubahan laba kotor jika perubahan tersebut disebabkan oleh perubahan harga jual, perubahan jumlah barang yang dijual, dan perubahan komposisi penjualan. Sedangkan bagian produksi bertanggung jawab atas perubahan laba kotor jika perubahan tersebut disebabkan oleh perubahan biaya produksi. Munawir, dalam bukunya “Analisa Laporan Keuangan” (2002;217) mengatakan:

“Dengan anggapan bahwa biaya pemasaran tetap, maka perubahan laba kotor yang disebabkan oleh kenaikan volume penjualan mempunyai arti bahwa perusahaan semakin efisien dalam operasinya. Penurunan laba kotor yang disebabkan oleh naiknya harga pokok penjualan menunjukkan bagian produksi telah bekerja secara tidak efisien”.

Dengan demikian, pihak manajemen dapat melakukan penilaian terhadap efisiensi dan efektivitas bagian produksi dan bagian penjualan dilihat dari pengaruh perubahan laba kotor dalam suatu periode tertentu.

Pengertian efisien secara umum yaitu menggunakan input minimum untuk memperoleh output tertentu, sedangkan pengertian efektif adalah memberikan sumbangan yang berarti dalam pencapaian tujuan organisasi atau perusahaan. Pada bagian produksi, penilaian efisiensi menggunakan dasar ukuran biaya produksi atau harga pokok per unit, sedangkan penilaian efektivitasnya didasarkan

pada jumlah produksi selama periode tertentu. Pada bagian penjualan, penilaian efektivitas diukur berdasarkan hasil penjualan selama periode tertentu, sedangkan, penilaian efisiensinya tidak akan dilakukan di dalam penelitian ini, karena efisiensi bagian penjualan akan menyangkut biaya penjualan, dan di dalam perhitungan laba kotor ini biaya penjualan tidak termasuk di dalamnya.

Penilaian atas kedua bagian tersebut dilakukan dengan melihat selisih antara angka realisasi dengan angka yang dianggarkan atau dengan angka realisasi pada periode sebelumnya, apakah selisih yang terjadi merupakan selisih yang menguntungkan (*Favorable Variance*) atau selisih yang merugikan (*Unfavorable Variance*). Selanjutnya, pihak manajemen dapat menganalisis lebih lanjut atas selisih yang terjadi, dan mengambil tindakan yang memadai untuk mengatasi penyimpangan apabila terdapat selisih yang merugikan.

### **1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian dilakukan pada sebuah perusahaan meubel yang berlokasi di Jalan Raya Sukabumi No. 77, Cianjur, yang selanjutnya akan disebut sebagai PT “X”, dan dimulai sejak bulan Maret sampai dengan bulan Juli 2006.