

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Sejalan dengan pesatnya perkembangan dunia otomotif di dunia pada saat ini kebutuhan akan kendaraan bermotor telah menjadi kebutuhan sekunder setelah kebutuhan primer terpenuhi. Kendaraan bermotor dapat membantu meningkatkan mobilitas yang sangat dibutuhkan bagi kebanyakan orang saat ini. Dengan menggunakan kendaraan bermotor orang dapat lebih menghemat waktu jika berpergian dari satu tempat ke tempat lain.

Di Indonesia sendiri penjualan kendaraan bermotor terus meningkat pada akhir-akhir ini. Dari informasi yang didapat, pertumbuhan angka penjualan mobil di Indonesia pada tahun 2004 merupakan yang tertinggi di dunia yaitu 36,6%.

“Pertumbuhan penjualan mobil pada 2004 di Indonesia tertinggi di dunia. "Pertumbuhannya mencapai 36,6 persen," kata Bambang Trisulo, Ketua Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo) di Jakarta.”
(www.tempointeraktif.com/hg/ekbis/2005/03/23/brk.20050323-16.id.html)

Sedangkan pertumbuhan penjualan sepeda motor 2004 sebesar 38,14 persen.

“Seberapa besar penjualan sepeda motor terlihat dari data AISI. Sebagai gambaran, penjualan sepeda motor tahun 2004 mencapai 3.900.664 unit atau naik 38,14 persen dibandingkan tahun 2003 sebanyak 2.823.702 unit. Penjualan sepeda motor tahun 2002 sebesar 2.317.991 unit, tahun 2001 sebanyak 1.650.770 unit dan tahun 2000 sebanyak 979.422 unit.”
(www.kompas.com/kompas-cetak/0502/26/ekonomi/1569820.htm)

Dampak tidak langsung dari jumlah kendaraan bermotor yang terus meningkat adalah kebutuhan akan bahan bakar minyak / BBM, oli, dan kebutuhan jasa *service* kendaraan bermotor meningkat. Maka banyak bermunculan bengkel kendaraan bermotor yang menyediakan jasa ganti oli dan *service*, sehingga persaingan antar bengkel yang sejenis semakin meningkat.

Menurut pendapat Sapto Anggoro :

“Ketika bisnis Anda bersebelahan dengan bisnis yang sudah *proven* (teruji), kita harus kreatif mungkin untuk melakukan strategi, termasuk model bisnis dan proses bisnis. Karena, kalau salah analisa dan strategi, bisa mengganggu *operational cost* akibat banyaknya *opportunity lost*. “

www.detikpublishing.com/index.php/home.articleread/tahun/2006/bulan/4/tgl/5/time/10738/idnews/30

Dalam konteks menghadapi persaingan antar bengkel tersebut diperlukan penanganan dan pengelolaan yang baik. Pemilik perusahaan memerlukan suatu pedoman proses bisnis atau model bisnis, dapat berupa perencanaan yang berisikan langkah-langkah yang akan ditempuh agar tujuan pemilik perusahaan dapat tercapai. Perencanaan juga merupakan alat pengendalian terhadap kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan perusahaan. Apabila hasil sesungguhnya tidak sesuai dengan apa yang telah direncanakan, maka pemilik perusahaan harus mengevaluasi ketidaksesuaian tersebut.

Salah satu perencanaan yang penting bagi setiap perusahaan adalah perencanaan laba dan biaya. Dengan menggunakan analisis *break even*, dapat membantu manajemen dalam merencanakan laba, karena analisis *break even* merupakan suatu teknik analisis untuk mengetahui penjualan

minimum disesuaikan dengan biaya minimum yang harus dikeluarkan perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Peranan Analisis *Break Even* Sebagai Alat Bantu Manajemen Dalam Perencanaan Laba Perusahaan**”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis mengidentifikasikan masalah sebagai berikut :

1. Biaya-biaya apa saja yang terjadi pada bengkel Hosana Motor Oil ?
2. Apakah perusahaan telah melakukan penggolongan biaya menjadi biaya tetap dan biaya variabel ?
3. Bagaimana perusahaan melakukan perencanaan labanya ?
4. Apakah perusahaan telah menggunakan analisis *break even* dalam perencanaan laba ?
5. Bagaimana peranan analisis *break even* sebagai alat bantu manajemen dalam perencanaan laba perusahaan?

1.3. Tujuan Penelitian

Setelah merumuskan masalah penelitian, penulis mengidentifikasikan tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui biaya-biaya yang terjadi pada usaha bengkel “Hosana Motor Oil”.
2. Untuk mengetahui cara perusahaan menggolongkan biaya yang terjadi.

3. Untuk memperoleh gambaran mengenai perencanaan laba perusahaan.
4. Untuk mengetahui metode yang digunakan perusahaan dalam perencanaan laba.
5. Untuk mengetahui peranan analisis *break even* sebagai alat bantu manajemen dalam perencanaan laba perusahaan.

1.4. Kegunaan Penelitian

Penulis mengharapkan penelitian ini memberikan kegunaan sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan, dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan yang bermanfaat dalam membantu proses perencanaan laba demi kemajuan perusahaan.
2. Bagi pembaca, dapat memberi informasi untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan mengenai analisis *break even*.
3. Bagi penulis, dapat memperoleh gambaran mengenai dunia nyata dalam bisnis dan menerapkan teori yang pernah diperoleh selama kuliah pada perusahaan.

1.5. Kerangka Pemikiran

Dalam rangka mempertahankan dan memajukan perusahaan, pemilik perusahaan harus bertindak dengan tepat terhadap semua keputusan yang diambilnya. Karena setiap keputusan yang diambil akan memberikan pengaruh bagi keberhasilan perusahaan. Faktor utama yang berpengaruh terhadap keberhasilan perusahaan adalah laba.

Definisi laba menurut Suwardjono adalah sebagai berikut :

“Selisih pengukuran pendapatan dan biaya secara akrual.”
(2005:456)

Yang ditegaskan dalam SFAC No.1 :

“Information about enterprise earning and its componen measured by accrual accounting generally provides a better indication of enterprise performance than information about current cash receipts and payments.”
(2005:456)

Perusahaan akan dianggap berhasil jika mampu menghasilkan laba. Karena dengan menghasilkan laba perusahaan dapat mengembangkan usahanya dan menambah modal. Laba itu sendiri dipengaruhi oleh harga jual produk atau jasa, biaya, dan volume penjualan produk atau jasa. Alat yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan antara biaya, volume penjualan dan laba adalah analisis *break even*.

Pendapat Horngren mengenai *break even* adalah :

“The break even point is that quantity of output where total revenues equal total costs-that is, where the operating income is zero.”
(2000:62)

Berdasarkan pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa, analisis *break even* adalah analisis terhadap biaya dan volume kegiatan untuk menentukan tingkat penjualan atau operasi, baik dalam satuan mata uang maupun unit, agar perusahaan dapat menentukan volume kegiatan dan biaya minimal untuk mencapai laba.

Oleh karena analisis tersebut mempelajari hubungan antara biaya, keuntungan-volume kegiatan, maka analisis tersebut sering pula disebut “*Cost Profit-Volume Analysis*”.

Masalah *break even* muncul apabila suatu perusahaan mempunyai biaya variabel dan biaya tetap. Besarnya biaya variabel secara totalitas akan berubah-ubah sesuai volume produksi, sedangkan biaya tetap tidak akan mengalami perubahan meskipun ada perubahan volume produksi. Dengan melakukan analisis *break even* manajemen akan memperoleh informasi mengenai tingkat penjualan minimum yang harus dilakukan agar tidak menderita kerugian. Informasi tersebut dapat digunakan oleh manajemen dalam membuat perencanaan untuk masa depan.

Dalam bukunya, Hansen and Mowen berpendapat bahwa :

“Perencanaan adalah pandangan ke depan untuk melihat tindakan apa yang seharusnya dilakukan agar dapat mewujudkan tujuan-tujuan tertentu.

Komponen utama dari perencanaan adalah anggaran, yaitu rencana keuangan untuk masa depan; rencana tersebut mengidentifikasi tujuan dan tindakan yang diperlukan untuk mencapainya.”
(2005:354-355)

Perencanaan yang penting untuk tiap perusahaan adalah perencanaan biaya dan penjualan. Jika perusahaan tidak mencapai hasil penjualan yang lebih besar dari perencanaan penjualan minimum yang harus dilakukan, dengan kata lain hasil penjualan setelah dikurangi biaya variabel dan tidak bisa menutupi biaya tetap, maka perusahaan tersebut menderita kerugian.

Dan jika biaya yang dikeluarkan perusahaan melebihi perencanaan biaya yang telah ditetapkan maka perusahaan tersebut mengalami inefisiensi pengeluaran biaya. Perusahaan harus menekan pengeluaran biaya agar sesuai dengan yang telah direncanakan.

Dengan membuat perencanaan biaya dan perencanaan penjualan pada akhirnya akan berpengaruh terhadap perencanaan laba perusahaan.

Analisis *break even* dapat diterapkan pada berbagai macam perusahaan, antara lain perusahaan manufaktur, perusahaan dagang, maupun perusahaan jasa. Analisis *break even* juga dapat digunakan untuk menghitung *break even point* pada perusahaan yang menghasilkan satu produk maupun perusahaan multiproduk. Kegunaan lain, analisis ini dapat diperluas dengan mengubah-ubah rencana prosedur operasi dan pengeluaran biaya untuk memahaminya pengaruhnya terhadap laba.

1.6. Metode Penelitian

Dalam melakukan penelitian penulis menggunakan metode deskriptif analisis yaitu mengumpulkan data untuk kemudian diolah, dianalisis dan diproses lebih lanjut dengan dasar-dasar teori yang ada sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai objek penelitian. Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Studi Kasus.

Penulis mengumpulkan data dengan menggunakan 2 pendekatan yaitu :

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Merupakan penelitian yang dilakukan terhadap objek penelitian secara langsung guna mengolah data primer yang diperlukan.

Teknik penelitian dilakukan dengan cara :

a. Observasi

Dilakukan dengan cara mengamati secara langsung objek yang diteliti.

b. Wawancara

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab dengan bagian yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Yaitu penelitian sebagai usaha untuk memperoleh keterangan dari data dengan cara membaca dan mempelajari bahan-bahan dari buku-buku literatur, catatan-catatan kuliah serta sumber-sumber lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti agar memperoleh pemahaman yang mendalam serta menunjang proses pembahasan mengenai masalah-masalah yang diidentifikasi.

Sesuai dengan hipotesis yang dipilih penulis yaitu “ Peranan Analisis *Break Even* Sebagai Alat Bantu Manajemen dalam Perencanaan Laba Perusahaan (Studi Kasus pada bengkel “ Hosana Motor Oil “, Bandung)” terdapat dua variabel yaitu :

1. Variabel Bebas (*independent variable*)

Suatu variabel digolongkan sebagai *independent variable* (bebas) apabila dalam hubungannya dengan variabel lain, variabel tersebut fungsinya menerangkan / mempengaruhi keadaan variabel lainnya. Variabel bebas dari hipotesis yang penulis tetapkan adalah analisis *break even* sebagai alat bantu bagi manajemen memadai karena variabel ini berdiri sendiri dan mempengaruhi efektivitas laba.

2. Variabel Terikat (*dependen variable*)

Suatu variabel digolongkan variabel terikat apabila dalam hubungannya dengan variabel lain, keadaan variabel tersebut

diterangkan / dipengaruhi oleh variabel yang diharapkan. Variabel terikat dari hipotesis adalah perencanaan laba perusahaan, karena ini tidak berdiri sendiri dan dipengaruhi oleh analisis *break even*.

1.7. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian pada bengkel “ Hosana Motor Oil “, yang berlokasi di Jalan Raya Dayeuh Kolot No.221, Bandung. Waktu yang dipergunakan untuk penelitian mulai 1 September – 1 Desember 2006.