

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi sekarang ini, dimana banyak perusahaan baru yang berdiri memberikan kemajuan bagi perekonomian negri kita. Salah satu dampak kemajuan di bidang perekonomian adalah semakin ketatnya persaingan dalam dunia usaha. Hal ini berarti bahwa eksistensi suatu perusahaan akan sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan tersebut dalam mengatasi persaingan. Setiap perusahaan pada umumnya bertujuan untuk memperoleh laba yang maksimal yang dapat digunakan untuk memperluas usahanya, memberikan deviden yang tinggi bagi para pemegang saham dan bagi kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri. Laba dipengaruhi oleh 3 faktor, yaitu harga jual, biaya, dan volume penjualan, yang masing-masing saling berkaitan satu dengan lainnya.

Pertumbuhan perusahaan yang cepat, dan persaingan yang semakin ketat menimbulkan tantangan bagi manajemen. Manajemen hendaknya selalu siap mengatasi perkembangan dalam lingkungan bisnis baik dari perkembangan teknologi, informasi, dan lain-lain. Berhasil tidaknya suatu perusahaan pada umumnya ditandai kemampuan manajemen dalam melihat kemungkinan dan kesempatan di masa yang akan datang, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Oleh karena itu, tugas manajemen adalah untuk merencanakan masa depan perusahaan agar sedapat

mungkin semua kemungkinan dan kesempatan di masa yang akan datang telah diketahui dan telah direncanakan bagaimana menghadapinya sejak sekarang.

Salah satu aspek pembangunan yang giat dilaksanakan negara kita yaitu bidang industri. Industri dapat diartikan sebagai badan usaha yang menghasilkan produk berupa barang atau jasa yang sama. Dari sekian banyak industri yang ada di Indonesia, industri tekstil merupakan bentuk perusahaan yang berkembang pesat.

Banyaknya perusahaan yang bergerak dibidang industri saat ini menyebabkan timbulnya persaingan yang ketat diantara perusahaan-perusahaan industri. Karena itu setiap perusahaan harus mampu mempertahankan kelangsungan hidupnya dengan cara merencanakan volume penjualannya dan meningkatkan laba usahanya. Untuk mencapai suatu laba yang diinginkan, omset penjualan harus dinaikkan dalam jumlah yang cukup besar. Alat analisis penting yang dapat digunakan menghubungkan biaya, volume, dan pendapatan perusahaan dalam satu kesatuan lazim disebut analisis Biaya-Volume-Laba. Dengan menggunakan analisis Biaya-Volume-Laba, seorang manajer dapat memutuskan dengan segera tentang produk apa yang perlu dijual, harga jual yang pantas, strategi pemasaran bagaimana yang perlu dilakukan, berapa laba yang diinginkan dan seterusnya.

Untuk mengetahui seberapa besar peranan analisis Biaya-Volume-Laba (CVP analysis) terhadap perencanaan laba perusahaan, maka penulis melakukan penelitian (studi kasus) pada industri tekstil, untuk mengetahui penerapan analisis biaya-volume-laba oleh manajemen perusahaan tersebut sebagai alat perencanaan laba. Adapun judul penelitian ini adalah **“Peranan Analisis Biaya-Volume-Laba (Cost-Volume-Profit**

Analysis) Sebagai Alat Bantu Manajemen dalam Perencanaan laba.” (Studi kasus pada PT “X” Bandung)

1.2. Identifikasi Masalah

Dengan analisis Biaya-Volume-Laba, dapat membantu perusahaan dalam memilih alternatif terbaik dalam usaha mencapai tingkat laba yang optimal.

Dalam rangka meneliti dan menganalisis peranan Biaya-Volume-Laba dalam proses penghindaran kerugian dan proses perencanaan laba, maka beberapa permasalahan yang dibahas oleh penulis antara lain :

1. Apakah perusahaan sudah melakukan penggolongan biaya secara tepat?
2. Bagaimana perusahaan melakukan perencanaan laba?
3. Apakah perusahaan telah menggunakan analisis Biaya-Volume-Laba dalam perencanaan laba?
4. Bagaimana peranan analisis Biaya-Volume-Laba dalam perencanaan laba perusahaan?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah untuk menjawab identifikasi masalah yaitu :

1. Untuk mengetahui bagaimana cara perusahaan menggolongkan biaya yang terjadi.
Apakah sudah dilakukan secara tepat.
2. Untuk memperoleh gambaran mengenai proses perencanaan laba perusahaan.

3. Untuk mengetahui metode yang digunakan perusahaan dalam perencanaan laba perusahaan.
4. Untuk mengetahui peranan analisis Biaya-Volume-Laba dalam perencanaan laba perusahaan.

1.4. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, yaitu:

1. Bagi perusahaan

Dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan yang bermanfaat mengenai pentingnya analisis Biaya-Volume-Laba bagi perusahaan dalam menetapkan volume penjualan minimal guna menghasilkan laba yang optimal.

2. Bagi penulis

Sebagai bahan masukan dan menambah wawasan penulis mengenai penerapan analisis Biaya-Volume-Laba dalam dunia usaha, khususnya pada perusahaan jasa serta menerapkan teori yang menjadi bahan kajian perbandingan antara teori dengan praktek pelaksanaan di dunia usaha.

3. Bagi pihak lain

Diharapkan dapat dijadikan bahan referensi bagi pihak-pihak lain yang bermaksud melakukan penelitian dengan topik yang sama.

1.5. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Dengan semakin banyak berdirinya perusahaan jasa sekarang ini di Indonesia, maka persaingan pun semakin ketat. Adanya persaingan dari perusahaan-perusahaan sejenis, mengharuskan setiap perusahaan untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan dengan pelayanan yang baik dan harga yang bersaing.

Analisis Biaya-Volume-Laba dapat diterapkan pada bermacam-macam perusahaan, antara lain perusahaan manufaktur, perusahaan dagang, maupun perusahaan jasa. Analisis Biaya-Volume-Laba adalah suatu teknik yang dapat dipergunakan untuk merencanakan laba jangka pendek perusahaan.

Perencanaan laba merupakan salah satu bagian dari perencanaan usaha perusahaan secara keseluruhan. Perencanaan ini memiliki arti yang sangat strategis pula, karena berhubungan dengan pertumbuhan dan perkembangan perusahaan untuk masa sekarang dan juga masa yang akan datang.

Analisis Biaya-Volume-Laba membantu manajemen dalam perencanaan laba jangka pendek, yaitu dengan mempelajari hubungan antara pendapatan, biaya yang dikeluarkan, dan tingkat laba yang direncanakan melalui analisis tersebut. Manajemen dapat merencanakan laba dengan memperhatikan pengaruh dari variabel-variabel, seperti : biaya tetap, biaya variabel, harga jual, dan Volume Penjualan. Untuk mencapai tingkat laba yang direncanakan, ada beberapa alternatif tindakan yang dapat dilakukan manajemen misalnya dengan meningkatkan volume penjualan atau menurunkan harga jual yang disertai dengan penurunan biaya. Dengan

demikian, analisis Biaya-Volume-Laba membantu manajemen dalam merencanakan tingkat laba.

Berdasarkan keterangan diatas, dapat kita simpulkan bahwa analisis Biaya-Volume-Laba adalah suatu pengujian hubungan yang sistematis antara harga jual, volume penjualan dan produksi, biaya, beban dan laba. Sehubungan dengan itu, apabila perusahaan tidak mencapai hasil penjualan yang lebih besar dari hasil penjualan pada tingkat nilai titik impas atau tidak mencapai hasil penjualan yang lebih besar sehingga dapat diperoleh laba yang optimal.

Metode analisis Biaya-Volume-Laba juga dapat digunakan untuk menentukan suatu titik dimana kuantitas output yang dihasilkan berada pada kondisi dimana total pendapatan sama besarnya dengan total biaya dan juga dapat menentukan suatu titik dimana kuantitas output yang dihasilkan berada pada kondisi dimana total pendapatan yang diharapkan tercapai.

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, dapat disimpulkan hipotesis penelitian sebagai berikut : Melalui penerapan analisis Biaya-Volume-Laba dapat direncanakan tingkat laba yang diharapkan.

1.6. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus, karena penulis hanya memperoleh data dari perusahaan dan penulis tidak melakukan perbandingan dengan perusahaan sejenis. Sedangkan jenis penelitian adalah metode deskriptif analitis, yaitu

suatu bentuk penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan, menganalisa keadaan yang ada pada suatu perusahaan.

Dalam mengumpulkan data yang diperlukan dalam melaksanakan penelitian penulis menggunakan sumber data yang berasal dari :

1. Penelitian di lapangan (*field research*) dalam rangka perolehan data, dilakukan dengan cara :

- Wawancara

Penulis melakukan tanya jawab dengan staf, karyawan, serta pihak manajemen perusahaan untuk memperoleh data yang akurat.

- Observasi

Penulis melakukan pengamatan secara langsung terhadap pelaksanaan aktivitas di perusahaan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

2. Studi kepustakaan (*library research*)

Dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku literatur, catatan kuliah, majalah-majalah, artikel-artikel, serta bahan referensi lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

1.7. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. “X” yaitu suatu perusahaan yang bergerak di bidang industri tekstil yang berlokasi di Bandung.