

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini, perkembangan dunia usaha semakin pesat. Pesatnya perkembangan dunia usaha tidak lepas dari semakin meningkat dan semakin beranekaragamnya kebutuhan masyarakat Indonesia terhadap segala hal, khususnya barang konsumsi. Masyarakat Indonesia adalah pasar yang sangat luas bagi semua perusahaan di Indonesia. Pesatnya perkembangan dunia usaha, berdampak pada persaingan yang terjadi di antara perusahaan semakin ketat. Salah satu hal yang mempengaruhi ketatnya persaingan dunia usaha adalah munculnya perusahaan pesaing.

“...survey World Economic Forum yang dipublikasikan pada Agustus 2006 menyebutkan bahwa Indonesia menduduki peringkat ke-92 dari 108 negara dalam hal daya saing usaha...Dari penelitian sejumlah lembaga internasional tersebut bisa disimpulkan, daya saing usaha Indonesia perlu terus ditingkatkan seiring dengan kian dekatnya era pasar bebas. Persaingan ketat adalah kondisi yang tidak bisa dihindarkan lagi.” (Pikiran Rakyat, 13 September 2006)

“Adanya persaingan global menyebabkan perusahaan-perusahaan menghadapi beberapa permasalahan. Banyaknya produk-produk pesaing dan fluktuasi harga bahan baku menyebabkan laba yang diperoleh perusahaan, khususnya manufaktur cenderung turun. Oleh karena itu, perusahaan merasakan perlunya suatu alat bantu yang dapat digunakan dalam membuat perencanaan laba dan pengambilan keputusan baik jangka pendek maupun jangka panjang.”
(<http://dewey.petra.ac.id/spectra/module/catalog>)

Mayoritas perusahaan di Indonesia menjalankan usahanya dengan berorientasi pada laba. Sering kali laba dijadikan sebagai ukuran kekuatan perusahaan, sehingga perusahaan perlu menghasilkan laba yang maksimal. Saat

ini, Jawa Barat sedang meningkatkan daya saing industri-industri yang ada di dalamnya untuk menghadapi perdagangan bebas yang direncanakan dimulai pada tahun 2008. Dengan meningkatnya daya saing, tentu harus diikuti pula dengan jumlah produk yang sesuai.

“Semangat berkompetisi mulai ditunjukkan beberapa pelaku industri...kelemahan pelaku industri lokal Jabar jika dibandingkan dengan negara lain terletak pada ketidaksiapan teknologi. Hal inilah yang melemahkan daya saing produk lokal Jabar di persaingan global.” (Pikiran Rakyat, 28 September 2006)

Untuk mendapatkan laba yang diinginkan, ada beberapa cara yang dapat dilakukan perusahaan, antara lain melakukan penghematan dalam perusahaan, sehingga biaya dapat ditekan serendah mungkin.

“Profitabilitas secara kesinambungan merupakan salah satu tujuan dari perusahaan. Dalam konteks ini, biaya sebagai faktor pengurang pendapatan perlu mendapat perhatian dari manajemen. Manajemen akan memfokuskan pada alokasi biaya yang akurat, pengukuran kinerja, dan pengurangan biaya (*cost reduction*).” (Kajian Bisnis, 1997:18)

“Hal-hal yang bisa membuat perusahaan diuntungkan, antara lain penjualan (*sales*) dan biaya (*cost*). Jika hanya menaikkan penjualan, belum tentu profitnya ikut meningkat. Bisa jadi biayanya juga tinggi. Namun, jika bisa meningkatkan penjualan yang dibarengi dengan upaya menekan biaya, dapat dipastikan profitnya naik secara signifikan.” (Presiden Direktur PT Cognis Indonesia, SWA, 2006:65)

Selain itu, perusahaan dapat menetapkan harga jual yang sesuai dengan mempertimbangkan harga jual dari perusahaan pesaing.

“Salah satu faktor yang sangat penting guna menunjang tercapainya laba yang diinginkan perusahaan adalah penetapan harga jual barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Penetapan harga jual produk yang tepat dalam arti sesuai dengan kondisi ekonomi atau pasar akan dapat membantu tercapainya laba yang diinginkan perusahaan.” (Kajian Bisnis, 1997:43)

Perusahaan juga dapat melakukan peningkatan laba dengan meningkatkan volume penjualan.

“Untuk meningkatkan laba, maka perusahaan dapat melakukan peningkatan penjualan dan meningkatkan efisiensi atau kombinasinya.”
(Kajian Bisnis, 1997:89)

Distribusi produk dari produsen ke konsumen juga merupakan hal yang penting dalam pemasaran produk tersebut. Oleh karena itu, peran distributor juga tidak mudah. Distributor dituntut untuk menyampaikan barang ke konsumen dengan kondisi yang baik, berarti distributor harus memiliki pelayanan yang baik bagi konsumen. Pelayanan yang baik tentunya diimbangi dengan peningkatan biaya-biaya tertentu. Maka biaya-biaya yang tidak menambah nilai harus diturunkan.

Dari uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai: **“Peranan Analisis *Cost Volume Profit* Sebagai Alat Dalam Membantu Manajemen Untuk Meningkatkan Laba”**

1.2 Identifikasi Masalah

Seperti yang diuraikan di atas, bahwa dalam perusahaan, biaya, harga jual, dan volume penjualan merupakan komponen penting dalam pembentukan laba. Oleh karena itu, biaya, harga jual, dan volume penjualan harus direncanakan dan dikendalikan dengan baik agar perusahaan dapat menghasilkan laba yang maksimal dan mutu produk tetap terjaga agar tetap dapat bersaing di pasaran.

Salah satu cara untuk menentukan laba yang maksimal adalah dengan cara menganalisis hubungan antara biaya, harga jual, dan volume. Maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah perusahaan telah menggolongkan biaya-biayanya ke dalam biaya tetap dan biaya variabel?
2. Apakah perusahaan menggunakan metode analisis *cost-volume-profit* untuk menetapkan labanya?
3. Bagaimana pengaruh biaya, harga jual, dan volume penjualan terhadap tingkat laba?
4. Bagaimana peranan analisis *cost-volume-profit* sebagai alat dalam membantu manajemen untuk meningkatkan laba?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis bermaksud untuk memperoleh data dan informasi sebagai bahan yang diperlukan dalam penyusunan skripsi, untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian strata-1 Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Kristen Maranatha Bandung. Adapun tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perusahaan telah menggolongkan biaya-biayanya ke dalam biaya tetap dan biaya variabel.
2. Untuk mengetahui perusahaan menggunakan metode analisis *cost-volume-profit* untuk menetapkan labanya.
3. Untuk mengetahui pengaruh biaya, harga jual, dan volume penjualan terhadap tingkat laba.
4. Untuk mengetahui peranan analisis *cost-volume-profit* sebagai alat dalam membantu manajemen untuk meningkatkan laba.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis, diharapkan agar hasil penulis ini dapat berguna untuk:

1. Perusahaan yang diteliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi perkembangan perusahaan di masa yang akan datang juga sebagai landasan pemikiran dan kebijaksanaan lebih lanjut dalam mengatasi kelemahan-kelemahan yang ada pada perusahaan.

2. Penulis sendiri

- Sebagai bahan masukan dan menambah pengetahuan penulis khususnya dalam bidang yang dibahas mengenai peranan analisis *cost-volume-profit* dalam membantu manajemen meningkatkan laba perusahaan.
- Sebagai salah satu syarat wajib dalam menempuh ujian akhir sarjana (S1) Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.

3. Pihak lain

- Diharapkan dapat memberikan informasi dan gambaran yang ada kaitannya dengan analisis *cost-volume-profit* terutama untuk meningkatkan laba perusahaan.
- Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya kepustakaan dan menjadi bahan referensi bagi penulis lain guna melakukan penelitian lebih lanjut di masa yang akan datang.

1.5 Rerangka Penelitian

Setiap perusahaan berusaha agar tujuan yang direncanakannya berhasil, salah satunya adalah mencapai laba yang maksimal. Oleh karena itu, manajemen dituntut untuk dapat bekerja secara lebih efisien dan efektif serta menggunakan sumber dayanya secara optimal agar bisa mencapai laba yang maksimal.

Untuk meningkatkan laba, perusahaan harus pandai-pandai melakukan pengendalian dan perencanaan laba yang ingin dicapai melalui biaya, harga jual, dan volume penjualan produk perusahaan. Dalam menghubungkan faktor-faktor tersebut untuk meningkatkan laba, perusahaan dapat menggunakan berbagai metode analisis, salah satunya adalah dengan metode analisis *cost-volume-profit*.

Menurut Garrison dan Noreen (2003:234), analisis *cost-volume-profit* didefinisikan sebagai berikut:

“Cost-volume-profit is one of the most powerful tools that managers have at their command. It helps them understand the interrelationship between cost, volume, and profit in an organization by focusing on interaction among the following five elements:

- 1. Price of products.*
- 2. Volume or level of activity.*
- 3. Per unit variable cost.*
- 4. Total fixed cost.*
- 5. Mix of product sold.”*

Analisis *cost-volume-profit* berkaitan dengan perilaku biaya yang terdiri dari biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semivariabel. Biaya semivariabel harus dikelompokkan lagi ke dalam biaya tetap dan biaya variabel karena analisis *cost-volume-profit* hanya menggunakan biaya tetap dan biaya variabel. Pemisahan biaya ini dilakukan dengan metode-metode, antara lain: *high-low method*, *scattergraph method*, dan *least square method*.

Pengertian biaya menurut Warren, Reeves, Fess (2002:689) sebagai berikut:

“Cost is a payment of cash or its equivalent or the commitment to pay cash in the future for the purpose of generating revenue.”

Penerapan analisis *cost-volume-profit* meliputi analisis *break even point*.

Dalam analisis *break even* terdapat metode-metode seperti: *equation method*, *contribution margin method*, dan *graph method*. Analisis impas (*break even*) digunakan untuk menentukan berapa tingkat penjualan yang harus dicapai agar semua biaya yang terjadi dalam periode tersebut dapat ditutupi.

Definisi titik impas menurut Horngren, Foster, Datar (2003:64) sebagai berikut:

“The break even point is that quantity of output at which total revenue equal total cost – that is, the quantity of output at which the operating income is \$0.”

Analisis *cost-volume-profit* dan analisis *break even point* dapat membantu manajemen dalam mengambil keputusan untuk merencanakan dan mengendalikan laba, sehingga dapat menentukan besarnya penjualan, biaya dengan laba yang diinginkan. Analisis *break even point* hanya memperlihatkan berapa jumlah penjualan yang harus dicapai agar bisa menutupi biaya yang sudah dikeluarkan, sedangkan analisis *cost-volume-profit* memperlihatkan berapa jumlah penjualan yang harus dicapai dengan harga jual tertentu agar dapat menutupi biaya yang sudah dikeluarkan dan menghasilkan laba yang diinginkan perusahaan.

Dalam pengimplementasian analisis *cost-volume-profit*, pihak manajemen harus memperhatikan dampak dari perubahan biaya tetap dan biaya variabel terhadap laba, dampak perubahan harga jual terhadap laba. Dengan adanya

analisis *cost-volume-profit*, perusahaan dapat menganalisis dampak pengambilan terhadap laba, sehingga manajer dapat melihat pengaruhnya terhadap tingkat laba yang diinginkan dan dapat mengambil keputusan yang tepat melalui alternatif-alternatif tindakan yang tepat. Diharapkan *cost-volume-profit* dapat membantu manajemen dalam proses pengambilan keputusan dalam meningkatkan laba pada perusahaan.

1.6 Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis dalam melakukan penelitian ini adalah metode deskriptif analitis, yaitu suatu metode penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data yang dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai objek penelitian untuk kemudian dilakukan analisis terhadap hasil penelitian tersebut.

Data yang digunakan bersumber dari:

1. Data primer : Data yang diambil secara langsung dari perusahaan dengan menggunakan teknik pengumpulan data, di antaranya adalah wawancara, pengamatan, dokumentasi, dan akan diolah lebih lanjut oleh penulis.
2. Data sekunder : Data yang diambil dengan cara mempelajari literatur-literatur, catatan-catatan kuliah, majalah, dan sumber-sumber lain yang ada hubungan dengan masalah yang sedang diteliti.

Sedangkan teknik pengumpulan data dan informasi yang digunakan oleh penulis adalah:

- Penelitian lapangan (*Field Research*)

- a. Observasi, yaitu suatu teknik penelitian dan pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung objek yang sedang diteliti.
 - b. Wawancara, yaitu suatu teknik penelitian dan pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab secara lisan dengan staf dan karyawan perusahaan yang ada kaitannya dengan topik yang dibahas.
 - c. Dokumentasi, yaitu suatu teknik penelitian dan pengumpulan data dengan cara mengumpulkan dan mempelajari catatan dan dokumen perusahaan.
- Studi kepustakaan (*Library Research*)
Data diperoleh dengan cara mempelajari literatur-literatur, catatan-catatan kuliah, majalah, dan referensi yang bersangkutan dengan topik yang dibahas.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan untuk penyusunan skripsi ini, penulis melakukan penelitian pada perusahaan distributor PT CWI yang terletak di Bandung. Waktu penelitian dilakukan dimulai dari bulan September 2006 sampai dengan selesai.