

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Kesehatan merupakan hal yang sangat penting bagi manusia karena hal ini menyangkut kehidupan seseorang. Orang yang sehat memiliki harapan hidup yang lebih besar daripada orang yang tidak sehat. Semakin tinggi kesadaran masyarakat akan kesehatan mendorong pertumbuhan industri kesehatan dewasa ini. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyak instansi-instansi kesehatan yang didirikan seperti rumah sakit baik yang merupakan BUMN maupun milik swasta. Selain itu juga banyak dokter yang membuka praktek sendiri dengan mendirikan klinik-klinik, dan sebagainya.

Dengan berkembangnya Ilmu Pengetahuan dan Teknologi, menuntut industri kesehatan untuk memiliki peralatan kedokteran yang lengkap dan canggih. Seorang dokter tidak mungkin dapat mendeteksi penyakit seseorang tanpa adanya bantuan alat-alat khusus. Contohnya, seorang dokter memerlukan *stethoscope* untuk memeriksa denyut jantung pasien, seorang penderita darah tinggi selalu memeriksa tensi darahnya dengan alat khusus yang disebut *tensi meter*, dan sebagainya. Oleh karena itu, diperlukan suatu perusahaan manufaktur yang memproduksi alat-alat kedokteran demi menjamin kelangsungan hidup industri kesehatan.

PT Sugih Instrumendo Abadi merupakan salah satu perusahaan manufaktur yang memproduksi alat-alat kedokteran. Salah satu divisi PT Sugih yang memasok komponen alat-alat kedokteran adalah divisi Fa. AR yang khusus memproduksi komponen-komponen *tensi meter* yang terdiri dari *bag*, *bulb*, dan *tubing*. Divisi Fa. AR menghasilkan dan menjual produknya berdasarkan pesanan baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Di Indonesia hanya ada tiga perusahaan yang sama untuk memproduksi komponen alat-alat kesehatan. Sedangkan untuk tingkat dunia, perusahaan ini harus mampu bersaing dengan perusahaan dari negara-negara lain, yaitu antara lain Jerman, China, dan negara-negara maju lainnya. Oleh karena itu, agar dapat bertahan dalam situasi persaingan global yang semakin ketat, perlu adanya suatu strategi yang tepat agar perusahaan tersebut mampu mempertahankan eksistensinya di mata dunia. Salah satu faktor yang mendukung kelangsungan hidup suatu perusahaan yaitu seberapa besar tingkat laba yang diperolehnya. Perusahaan akan mampu mempertahankan kelangsungan hidupnya dan bahkan akan mampu mengembangkan dirinya dengan laba yang diperolehnya.

Laba seringkali dijadikan sebagai tolok ukur keberhasilan suatu usaha. Semakin tinggi tingkat laba yang diperoleh maka semakin berhasil pula perusahaan tersebut. Setiap perusahaan yang berorientasi pada laba (*profit oriented*) tentunya mempunyai tujuan akhir untuk memperoleh laba yang sudah ditargetkan, paling tidak harus memperoleh laba yang memadai ditinjau dari investasi yang digunakan untuk memperoleh pendapatan. Laba yang diperoleh ini selanjutnya akan mempengaruhi posisi keuangan perusahaan, peningkatan

kemakmuran perusahaan, perluasan kapasitas produksi perusahaan dan sebagainya.

Sebuah perusahaan yang menghasilkan dan menjual produk berdasarkan pesanan (*Job Order*) harus memikirkan berapa jumlah pesanan minimum yang harus dicapai agar target laba dapat terealisasi. Salah satu cara untuk mengetahuinya adalah melalui perencanaan laba. Perencanaan laba diperlukan agar pihak manajemen dapat memperkirakan tingkat pendapatan yang akan diperoleh, biaya-biaya yang harus dikeluarkan dan volume penjualan yang harus terjadi agar tingkat laba yang direncanakan dapat tercapai.

Salah satu alat yang dapat digunakan oleh manajemen dalam perencanaan laba adalah *cost-volume-profit analysis* (analisa biaya-volume-laba). Analisis ini mempelajari hubungan antara harga jual produk, volume penjualan, dan biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk tersebut. Dengan kata lain analisis ini merupakan suatu metode estimasi bagaimana perubahan biaya variabel/unit, harga jual/unit, jumlah biaya tetap, volume penjualan dan komposisi penjualan mempengaruhi laba.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada PT Sugih Instrumendo Abadi divisi Fa. AR, dengan judul **“PERANAN COST-VOLUME-PROFIT ANALYSIS DALAM PENENTUAN JUMLAH PESANAN MINIMUM YANG HARUS DITERIMA UNTUK MENCAPAI TARGET LABA.”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Adapun masalah-masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini antara lain:

1. Apakah perusahaan telah menggolongkan biaya ke dalam biaya tetap dan biaya variabel? Apakah penggolongan biaya tersebut telah dilakukan dengan benar ?
2. Berapakah volume penjualan yang harus terjadi agar perusahaan dapat mencapai titik impas ?
3. Berapakah pesanan minimum yang harus dicapai perusahaan agar laba yang ditargetkan dapat terealisasi?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah untuk memperoleh jawaban atas masalah-masalah yang telah diidentifikasi di atas, antara lain:

1. Untuk mengetahui penggolongan biaya yang dilakukan perusahaan dan untuk mengevaluasi apakah penggolongan tersebut sudah dilakukan dengan tepat.
2. Untuk mengetahui berapakah volume penjualan yang harus terjadi agar perusahaan dapat mencapai titik impas.
3. Mengetahui berapakah pesanan minimum yang harus dicapai perusahaan agar laba yang ditargetkan dapat terealisasi.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Hasil dari penelitian yang dilakukan penulis diharapkan dapat bermanfaat dan berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan, antara lain:

##### 1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi bahan masukan bagi pihak manajemen, sejauh mana analisis biaya-volume-laba membantu pihak manajemen dalam menentukan jumlah pesanan minimum yang harus dicapai agar laba yang ditargetkan dapat terealisasi.

##### 2. Bagi Peneliti

Menambah wawasan peneliti mengenai peranan analisis biaya-volume-laba dalam menentukan jumlah pesanan minimum yang harus dicapai agar laba yang ditargetkan dapat terealisasi serta memberikan suatu gambaran mengenai penerapan teori-teori yang selama ini diperoleh semasa kuliah.

##### 2. Bagi pihak lain

Sebagai bahan masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan, khususnya bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian mengenai topik yang sama.

#### **1.5 Kerangka Pemikiran**

Semakin ketatnya persaingan dalam industri menuntut setiap perusahaan untuk melakukan berbagai alternatif tindakan agar perusahaan tersebut tetap mampu bertahan. Apalagi bagi perusahaan yang bersaing secara global seperti yang dialami oleh PT Sugih Instrumendo Abadi. Salah satu faktor yang

mendukung kelangsungan hidup perusahaan adalah tingkat laba yang diperoleh perusahaan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi laba yaitu biaya. Biaya dapat berubah-ubah sesuai dengan perubahan aktivitas, yang bisa disebut dengan *cost driver*. Perilaku biaya yang berubah-ubah ini diklasifikasikan menjadi biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semivariabel. Biaya semivariabel perlu diklasifikasikan lagi menjadi biaya tetap dan biaya variabel untuk ketepatan dan keakuratan perhitungan dengan adanya asumsi dasar dalam pengklasifikasian biaya.

Pemisahan biaya ini dilakukan dengan menggunakan estimasi biaya atau perkiraan biaya. Ada beberapa metode dalam pengklasifikasian biaya, namun metode yang paling sesuai untuk diterapkan dibandingkan dengan metode yang lain adalah metode regresi.

Setelah mengklasifikasikan data biaya dengan menggunakan analisis regresi, pihak manajemen membutuhkan informasi lain dalam pencapaian tujuan perusahaan yaitu menghasilkan laba yang optimum. Salah satu alat bantu yang digunakan dalam perencanaan laba jangka pendek adalah analisis biaya-volume-laba.

Menurut Garrison dan Norren (2003 : 234), definisi analisis biaya-volume-laba adalah sebagai berikut:

*“Cost-Volume-Profit Analysis is one of the most powerfull tools that managers have at their command. It help them understand the relationship between cost, volume, and profit in an organization by focusing on interaction among 5 elemen:*

1. *Price,*
2. *Volume,*
3. *Variabel Cost,*
4. *Total Fixed Cost, and*
5. *Product Mix being sold.*

Sedangkan menurut Hongren et al (2003 : 62), definisi analisis biaya-volume-laba adalah sebagai berikut:

*“Cost-Volume-Profit Analysis is a powerfull tool for planning and decision making.”*

Jadi dapat disimpulkan bahwa analisis biaya-volume-laba merupakan suatu alat yang menyediakan informasi bagi manajemen mengenai hubungan antara biaya-biaya baik biaya tetap maupun biaya variabel, harga jual, volume penjualan, dan komposisi produk yang akan dijual terhadap laba perusahaan serta membantu manajemen perusahaan dalam membuat suatu perencanaan laba dan mengambil keputusan yang tepat, yaitu alternatif tindakan yang mempunyai dampak paling menguntungkan terhadap tingkat laba yang ditargetkan.

Analisis biaya-volume-laba menunjukkan berapa kuantitas output yang harus dihasilkan agar diperoleh tingkat laba yang direncanakan. Selain itu, analisis ini juga menggambarkan bagaimana profit akan berubah bila ada perubahan-perubahan pada variabel-variabelnya. Bila ada perubahan volume penjualan, harga jual, biaya tetap, biaya variabel, dan komposisi produk yang akan dijual, maka tingkat laba juga akan berubah.

Dalam menggunakan analisis biaya-volume-laba, konsep yang digunakan sebagai dasar perhitungan adalah laporan *contribution margin*. Laporan ini memberikan informasi yang berharga bagi manajer dalam menganalisis pengaruh

perubahan harga jual, biaya variabel/unit, total biaya tetap, dan volume penjualan terhadap laba. *Contribution margin* merupakan selisih antara tingkat penjualan dengan biaya variabel pada tingkat kegiatan tertentu. Selisih tersebut dapat digunakan untuk menutupi biaya tetap secara keseluruhan dan sisanya merupakan laba. Satu hal yang perlu mendapat perhatian bagi seorang manajer tentang makna *contribution margin* adalah pada setiap tingkat kegiatan operasional perusahaan yang ditunjukkan dengan perubahan aktivitas, laba/rugi perusahaan akan berubah naik/turun sebesar *contribution margin* per unit. Semakin besar *contribution margin*, semakin besar kesempatan yang diperoleh perusahaan untuk menutup biaya tetap dan untuk menghasilkan laba. Dari perhitungan *contribution margin* dapat dihitung pula *ratio contribution margin*, yaitu *contribution margin* dibagi dengan total penjualan. Informasi mengenai besarnya *ratio contribution margin* sangat bermanfaat untuk menunjukkan pengaruh perubahan tingkat penjualan terhadap kontribusi. *Ratio contribution margin* akan lebih memudahkan pekerjaan seorang manajer dalam menghitung laba dengan cepat, lebih-lebih untuk perusahaan yang memproduksi lebih dari satu macam produk.

Analisis titik impas (*break even point*) juga merupakan bagian dari analisis biaya-volume-laba. Analisis titik impas dimaksudkan untuk mengetahui pada tingkat penjualan berapa, perusahaan tidak memperoleh laba/rugi. Dengan kata lain, suatu usaha dikatakan impas jika jumlah pendapatan (*revenues*) sama dengan jumlah biaya, atau apabila *contribution margin* hanya dapat menutupi biaya tetap saja. Analisis impas adalah suatu cara untuk mengetahui volume penjualan

minimum agar suatu usaha tidak menderita rugi, tetapi juga belum memperoleh laba (dengan kata lain labanya sama dengan nol).

Definisi titik impas menurut Hongren et al (2003 : 64) adalah:

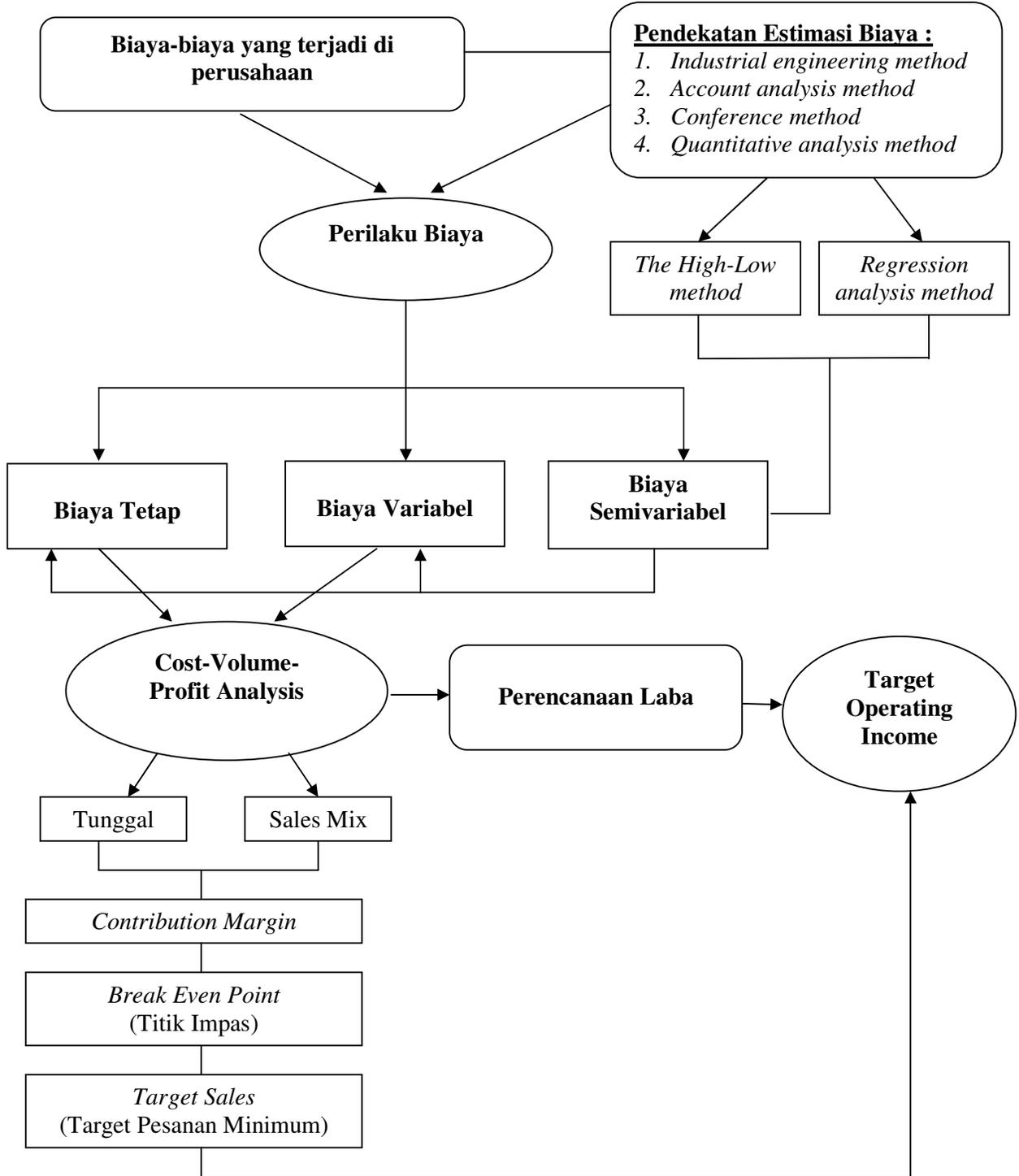
*“Break Even Point (BEP) is the quantity of output sold at which total revenues equal total costs-that is the quantity of output sold at which the operating income is \$0.”*

Titik impas merupakan banyaknya produk yang terjual dimana total pendapatan sama dengan total biaya, yaitu pada saat laba operasi sama dengan nol. Informasi mengenai titik impas akan mendorong manajemen untuk selalu berusaha menghindarkan perusahaan dari tingkat penjualan di bawah titik impas. Jika tingkat penjualan perusahaan berada di bawah titik impas maka perusahaan akan mengalami kerugian. Oleh karena itu, perusahaan juga harus mengetahui seberapa besar realisasi penjualan boleh turun dari tingkat penjualan yang ditargetkan sebelum terjadi kerugian. Untuk mengetahuinya maka dilakukanlah perhitungan *margin of safety*, dengan mengurangi tingkat penjualan yang dianggarkan dengan tingkat penjualan titik impas.

Meskipun titik impas merupakan informasi yang berguna, namun kebanyakan perusahaan ingin memperoleh laba operasi lebih besar daripada nol. Analisis biaya-volume-laba menyediakan suatu cara bagi manajemen untuk menentukan berapa unit yang harus terjual untuk menghasilkan target laba tertentu. Perusahaan yang memproduksi sesuai pesanan harus dapat menentukan jumlah pesanan minimum yang harus diterima agar perusahaan mampu menghasilkan laba sesuai dengan yang ditargetkan.

Melalui analisis biaya-volume-laba dapat ditentukan berapa jumlah pesanan minimum yang harus diterima jika terjadi perubahan-perubahan pada harga jual produk, biaya tetap, biaya variabel dan komposisi penjualan agar laba yang ditargetkan dapat terealisasi.

**Gambar 1.1**  
**Bagan Kerangka Pemikiran**



## 1.6 Metode Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis melakukan penelitian dengan menggunakan metode deskriptif-analitis yang bersifat studi kasus, yaitu suatu metode yang digunakan untuk mengumpulkan, menyajikan, serta menganalisis data yang dapat memberikan gambaran yang cukup jelas atas objek yang diteliti yang selanjutnya ditarik suatu kesimpulan dan rekomendasi dari masalah yang diteliti. Jenis data yang diperlukan dalam penelitian antara lain:

### 1. Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah data yang dapat dikuantifikasi atau diukur, yaitu berupa dokumen dan angka-angka dalam laporan keuangan.

### 2. Data Kualitatif

Data kualitatif merupakan data yang tidak berdasarkan jumlah atau banyaknya sesuatu, data ini berupa data historis perusahaan, struktur organisasi perusahaan, deskripsi pekerjaan, dan lain-lain yang berupa uraian kalimat, termasuk data-data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak-pihak yang berkepentingan di dalam perusahaan.

Baik data kuantitatif maupun data kualitatif diperoleh dari sumber internal yaitu dari dalam perusahaan tempat penulis melakukan penelitian. Sumber data tersebut terdiri dari :

### 1. Data Primer

Data primer adalah data-data yang langsung diperoleh dari responden dalam perusahaan.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung yang berupa data dokumentasi dari perusahaan seperti struktur organisasi perusahaan, laporan penjualan dan biaya atau laporan laba rugi perusahaan.

Adapun tehnik pengumpulan data dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan, yaitu penelitian yang bertujuan untuk memperoleh data primer dan informasi yang berhubungan langsung dengan masalah yang diteliti. Penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Observasi, yaitu dengan melakukan pengamatan terhadap kegiatan operasional perusahaan.
- b. Wawancara, yaitu yaitu dengan melakukan tanya jawab dan berkomunikasi langsung dengan karyawan PT. Sugih Instrumendo Abadi divisi Fa. AR. Tanya jawab ini dilakukan dengan pihak yang berwenang, yakni bagian keuangan, bagian personalia, bagian produksi, dan pimpinan factory.
- c. Dokumentasi, yaitu mencatat data dari dokumen yang diberikan perusahaan, yaitu laporan keuangan perusahaan tahun 2005.

2. Studi Kepustakaan, yaitu dengan membaca dan mempelajari beberapa literatur yang berkaitan dengan penelitian.

Data yang berhasil diperoleh dari hasil penelitian selanjutnya diolah dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Mengklasifikasikan biaya-biaya yang terjadi di Perusahaan berdasarkan perilakunya yang terdiri dari biaya tetap, biaya variabel, dan biaya

semivariabel. Dalam pengklasifikasian biaya termasuk biaya semivariabel ke dalam biaya tetap dan biaya variabel, penulis menggunakan metode analisis data dengan pendekatan estimasi biaya, yang terdiri dari:

1. *Industrial Engineering Method*
2. *Account Analysis Method*
3. *Conference Method*
4. *Quantitative Analysis Method*

Dengan kriteria pengklasifikasian biaya adalah sebagai berikut:

1. *Goodness of Fit*
2. *Economic Plausibility*

Setelah menggunakan *Regression Analysis Method*, maka dapat dihasilkan persamaan  $Y = a + bX$ , dimana  $a$  merupakan biaya tetap,  $b$  merupakan biaya variabel, dan  $X$  merupakan *cost driver*, sedangkan  $Y$  merupakan biaya yang akan diklasifikasikan.

2. Menghitung *Contribution Margin* pada setiap produk dan menghitung *Weighted Average Contribution Margin Per Unit* (WACM/unit).
3. Menghitung jumlah pesanan minimum yang harus diterima pada masing-masing produk agar perusahaan dapat mencapai titik impas (BEP).
4. Mengaplikasikan analisis biaya-volume-laba untuk menghitung *target sales*, yaitu jumlah pesanan minimum yang harus diterima agar tercapai *target operating income* (TOI).

*Target sales* (jumlah pesanan minimum yang harus diterima) dapat berubah-ubah jumlah dan nilainya jika ada perubahan pada faktor-faktor yang mempengaruhinya, antara lain:

1. Perubahan biaya tetap,
2. Perubahan biaya variabel,
3. Perubahan harga jual,
4. Perubahan komposisi penjualan,
5. Perubahan kombinasi diantara faktor-faktor diatas.

### **1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Dalam rangka pengumpulan data untuk penyusunan skripsi ini penulis melakukan penelitian pada PT. SUGIH INSTRUMENTO ABADI divisi Fa. AR yang bergerak dalam industri manufaktur yang berlokasi di Jl. Gadobangkong No.95 Cimahi 40552 Padalarang – Jawa Barat.

Penelitian ini akan dilakukan mulai dari bulan September 2006 sampai dengan selesai.

**Tabel 1.1**  
**Waktu Penelitian**

No	Keterangan	Agust	Sept	Okt	Nov	Des
1.	Pengajuan permohonan skripsi serta topiknya ke Dekan Fakultas Ekonomi.	X				
2.	Pengajuan permohonan skripsi ke dosen pembimbing dan mengajukan topik penelitian.		X			
3.	Pengajuan permohonan skripsi ke perusahaan dan mendapatkan izin untuk melakukan penelitian.			X		
4.	Melakukan wawancara dengan pihak keuangan dan meminta data ke perusahaan tentang sejarah perusahaan, struktur organisasi perusahaan, dll.			X		
5.	Membuat proposal penelitian, Bab I – III mengenai latar belakang, tinjauan pustaka, metode dan objek penelitian.				X	
6.	Meminta data ke perusahaan tentang data-data yang dibutuhkan untuk penelitian yang akan diolah pada Bab IV.				X	
7.	Membuat Bab IV, mengolah data, dan menentukan perilaku biaya apakah termasuk biaya tetap atau biaya variabel.				X	X
8.	Membuat Bab V, yaitu kesimpulan dan saran untuk perusahaan yang diteliti berdasarkan hasil penelitian.					X