

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan perekonomian negara kita dewasa ini semakin pesat. Proses pelaksanaan pembangunan perekonomian tersebut bukan hanya tanggung jawab pemerintah, tetapi juga menuntut partisipasi dari masyarakat. Salah satu wujud partisipasi masyarakat adalah peran pihak swasta dalam pembangunan perekonomian.

Peran serta tersebut tampak dengan semakin berkembangnya berbagai jenis industri, salah satunya industri tekstil. Banyaknya tekstil di Indonesia, yang memproduksi pakaian-pakaian yang berkualitas ekspor maupun impor serta ditunjang oleh konsumsi masyarakat akan pakaian sangat tinggi menjadikan salah satu faktor berkembangnya *Factory Outlet* (FO). “UP 2 U” Factory Outlet merupakan salah satu jenis perusahaan dagang yang menyediakan produk berupa pakaian sisa ekspor serta produk lain seperti: *accessories*, sandal dan boneka. Produk yang dijual ke pelanggan tidak diproduksi sendiri, melainkan dibeli dari perusahaan lain (misalnya, dari perusahaan pabrikan).

Saat ini hampir setiap FO tidak hanya bersaing dalam menampilkan produk pakaian paling mutakhir, tetapi juga berkompetisi membuat desain dan interior yang unik serta menarik agar pengunjung mau datang. FO pun kini mulai menerapkan konsep "*one stop shopping*" sehingga segala kebutuhan para pengunjung bisa terpenuhi di satu tempat. Tidak hanya beragam pakaian, tetapi di

tempat ini kenyamanan pengunjung lebih diutamakan. Sebagian pemilik FO mengetahui betul kondisi psikologi konsumennya tersebut. Karena itu, mereka tak hanya menjual pakaian saja, tetapi juga menata tempat berjualannya sedemikian rupa agar bisa memikat konsumen untuk berkunjung ke FO. Hal inilah yang diterapkan oleh “UP 2 U” Factory Outlet sampai saat ini agar dapat tetap bertahan di dalam lingkungan persaingan.

Selain itu FO harus memiliki *loyal customer* yang menawarkan produk dan fasilitas yang tidak ada di tempat lain. Keberadaan FO tak semata ditentukan dari banyak atau keragaman pakaian, tetapi juga ditentukan oleh pelayanan, kreativitas, dan inovasi pemilik dan pengelolanya. Selera mode dari masyarakat di sekitarnya juga ikut menentukan keberadaan FO.

Suatu asumsi dasar dalam hierarki akuntansi yang mendasari pendirian suatu badan usaha atau organisasi pada umumnya adalah *going concern*. Maksudnya adalah suatu perusahaan didirikan untuk tetap beroperasi secara terus menerus dan untuk jangka waktu yang tidak terbatas. Salah satu usaha untuk menjaga agar perusahaan dapat tetap beroperasi, maka perusahaan harus dapat menghasilkan laba.

Perusahaan yang berorientasi laba, bertujuan untuk mencapai laba semaksimal mungkin. Tanpa adanya laba, perusahaan sulit untuk bertahan hidup, terutama dalam iklim perekonomian yang terjadi saat ini di Indonesia. Jadi, keuntungan merupakan salah satu tolok ukur kesuksesan dari suatu perusahaan. Laba atau keuntungan adalah nilai lebih yang diperoleh perusahaan dari hasil kegiatan operasionalnya. Laba suatu perusahaan dapat pula ditentukan dari selisih

antara jumlah penerimaan dan jumlah biaya, sehingga dalam pengambilan keputusan, manajemen harus memperhatikan jumlah penerimaan dan jumlah biaya. Oleh karena itu agar dapat memperoleh laba maksimum, manajemen harus melakukan perencanaan laba yang baik sehingga manajemen dapat mengelola sumber dayanya secara efektif dan efisien.

Dalam akuntansi terdapat beberapa analisis untuk melakukan perencanaan laba, salah satunya adalah analisis *Cost Volume Profit* (CVP). Analisis ini menurut Carter yang diterjemahkan oleh Krista S.E., Ak. (2002) mempunyai manfaat, antara lain untuk: menentukan jumlah produk yang harus terjual, menentukan penjualan minimum yang harus dicapai perusahaan untuk memperoleh laba tertentu, mengetahui seberapa jauh volume penjualan yang direncanakan boleh turun agar perusahaan tidak menderita kerugian, menentukan harga jual yang layak, mengetahui dampak perubahan harga jual terhadap volume penjualan dan pengaruhnya terhadap besar laba yang akan diperoleh, memberikan suatu pertanda apakah perusahaan harus melakukan perluasan usaha (ekspansi) atau tidak, memutuskan produk mana yang akan ditingkatkan penjualannya dan produk mana yang akan dihentikan produksinya.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk membahas peranan analisis CVP pada “UP 2 U” Factory Outlet sebagai objek penelitian, dengan judul:

“PERANAN ANALISIS CVP DALAM MEMAKSIMALKAN LABA PERUSAHAAN.”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Apakah biaya yang terjadi telah diklasifikasikan dan dialokasikan dengan benar?
2. Bagaimana penerapan analisis CVP dilakukan di perusahaan?
3. Apakah manfaat yang dapat diperoleh perusahaan dari analisis CVP?

Masalah utama yang akan dibahas dalam penulisan skripsi ini dibatasi hanya pada penerapan analisis CVP. Penelitian yang dilakukan untuk penulisan skripsi ini difokuskan pada semua produk yang dijual oleh perusahaan.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk memastikan keakurasian pengklasifikasian dan pengalokasian biaya yang dilakukan oleh perusahaan.
2. Untuk mengetahui penerapan analisis CVP pada perusahaan.
3. Untuk mengetahui manfaat analisis CVP bagi perusahaan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pikiran dan sebagai masukan untuk perkembangan perusahaan di masa yang akan datang

mengenai analisis CVP sehingga dapat membantu manajemen dalam memaksimalkan laba perusahaan.

2. Bagi pihak-pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan bacaan dan pembandingan untuk menambah pengetahuan dan informasi tentang analisis CVP.

3. Bagi penulis

Hasil penelitian ini memperdalam pengetahuan dan pemahaman penulis mengenai analisis CVP, selain itu juga sebagai salah satu syarat untuk mengikuti sidang sarjana lengkap pada Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Kristen Maranatha.

1.5 Rerangka Pemikiran dan Hipotesis

1.5.1 Rerangka Pemikiran

Salah satu tujuan pokok pendirian perusahaan adalah untuk memaksimalkan laba, dimana laba merupakan selisih antara pendapatan yang diperoleh dalam suatu periode akuntansi tertentu dengan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam periode yang sama. Dengan demikian biaya merupakan komponen yang mempengaruhi besar kecilnya laba yang diperoleh.

Perilaku biaya menggambarkan hubungan antara biaya dengan pemicu biaya (*cost driver*) yang mempengaruhi biaya tersebut. Perilaku biaya diklasifikasikan ke dalam *fixed cost*, *variable cost*, dan *semivariable cost*. Biaya-biaya yang termasuk dalam *semivariable cost* masih harus diklasifikasikan ke

dalam *fixed cost* dan *variable cost*. Pemisahan biaya ini dapat dilakukan dengan menggunakan metode-metode antara lain: *high-low method*, *scattergraph method*, dan *least square method*. Dalam implementasinya, penulis akan menggunakan *least square method* dalam memisahkan biaya semivariabel tersebut. Metode ini merupakan metode yang paling sesuai karena metode yang lain masih mempunyai banyak kelemahan.

Mulyadi (2001) mengemukakan bahwa laba terutama dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu: volume produk yang dijual, harga jual produk dan biaya. Ketiga faktor tersebut mempunyai hubungan yang saling berkaitan. Biaya menentukan harga jual untuk mencapai laba yang dikehendaki, harga jual mempengaruhi volume penjualan, sedangkan volume penjualan langsung mempengaruhi volume produksi, dan volume produksi mempengaruhi biaya.

Dalam perencanaan laba hubungan antara biaya, volume, dan laba memegang peranan yang sangat penting. Untuk suatu perencanaan yang baik diperlukan suatu alat yang dapat membantu manajer dalam memahami hubungan antara biaya, volume, dan laba. Garrison dan Norren menyatakan bahwa:

“ Cost-volume-profit analysis is one of the most powerful tools that managers have at their command. It help them understand the interrelationship between cost, volume, and profit in a organization by focusing on interactions among five elements: prices of products, volume or level of activity, per unit variable costs, total fixed cost, mix of products sold.”

(Garrison dan Norren, 2002)

Hal ini diperkuat oleh pendapat Hongren, Foster, dan Datar yang mengatakan bahwa:

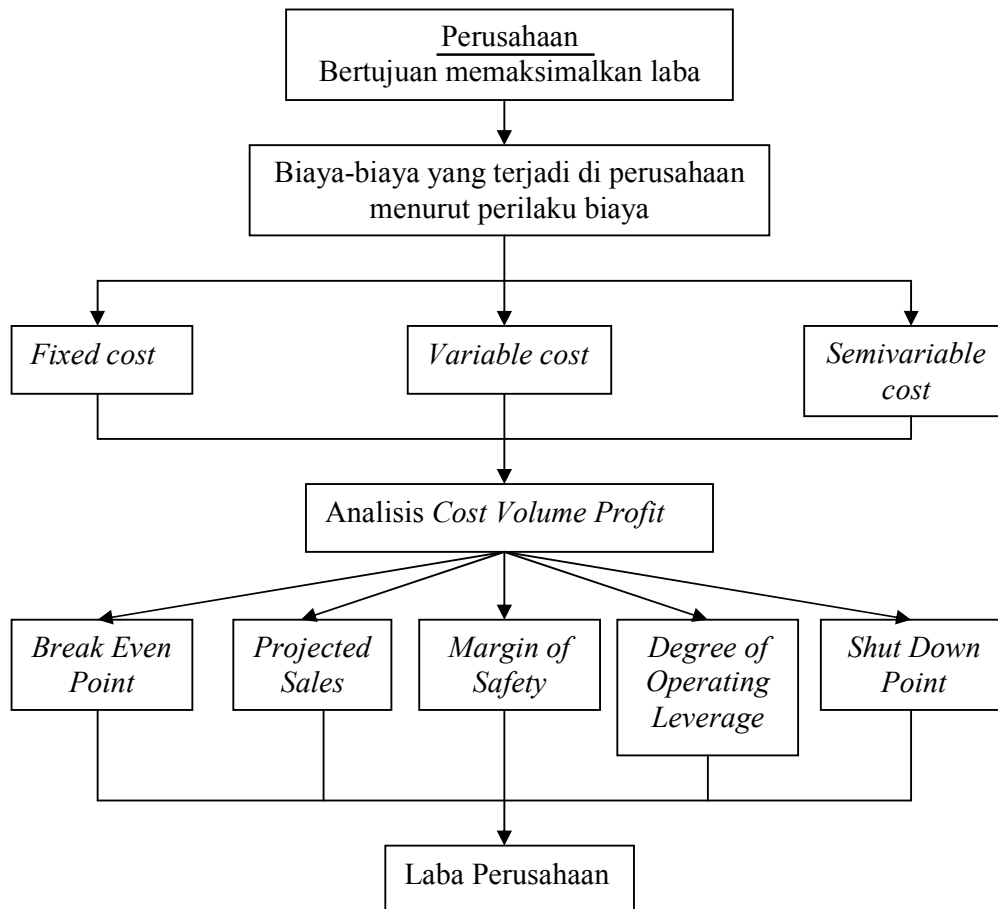
“ Cost-volume-profit analysis examines the behavior of total revenues, total costs, and operating income as changes occur in the output level, the selling price, the variable costs per unit, and/ or the fixed costs of a product.”

(Hongren, Foster, dan Datar, 2003)

Untuk mengoptimalkan laba dan membantu pengambilan keputusan manajemen dalam menganalisis dan merencanakan laba secara optimal, perusahaan dapat menggunakan analisis CVP. Agar perusahaan dapat menghindari kerugian yang mungkin terjadi, maka perusahaan dapat menentukan terlebih dahulu beberapa parameter seperti: *Break Even Point (BEP)*, *Projected Sales (PS)*, *Margin of Safety (MOS)*, *Degree of Operating Leverage (DOL)*, dan *Shut Down Point (SDP)*.

GAMBAR 1.1

Bagan Rerangka Pemikiran



1.5.2 Hipotesis

Berdasarkan identifikasi masalah, tujuan penelitian, dan kerangka pemikiran, maka penulis merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut: “Analisis *Cost Volume Profit* berperan dalam memaksimalkan laba perusahaan jika analisis ini didukung oleh data biaya yang akurat.”

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif analitis, yaitu suatu metode penelitian yang berusaha mengumpulkan, menyajikan, serta menganalisa data atau fakta sehingga dapat memberikan gambaran yang cukup jelas atas objek yang diteliti, dan dapat ditarik suatu kesimpulan dengan membandingkan antara teori dengan praktik yang sebenarnya serta memberikan saran-saran untuk objek penelitian tersebut.

Berdasarkan sumbernya data dibagi menjadi dua macam, yaitu:

1. Data primer (*primary data*) adalah data yang diperoleh dari pihak yang bersangkutan dan berwenang seperti manajer, staf perusahaan, dan karyawan yang terlibat.
2. Data sekunder (*secondary data*) adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber yang berkaitan seperti kepustakaan, kemudian menarik kesimpulan mengenai keadaan objek yang diteliti berdasarkan fakta yang terdapat pada perusahaan.

1.6.2 Teknik Pengumpulan data

Teknik penelitian yang dilakukan penulis dalam mengumpulkan data adalah:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan dilakukan dengan mengadakan peninjauan secara langsung pada perusahaan yang menjadi objek penelitian. Data yang diperoleh dari penelitian ini adalah data primer, yang dapat dikumpulkan dengan cara:

a. Pengamatan langsung (*observation*)

Yaitu pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan langsung terhadap aktivitas perusahaan yang erat hubungannya dengan masalah yang diteliti.

b. Wawancara (*interview*)

Yaitu pengumpulan data dengan cara mengadakan tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih yang berhadapan langsung secara fisik dengan pihak yang berwenang, untuk mendapatkan gambaran secara umum.

c. Dokumentasi (*documentation*)

Yaitu suatu cara pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan dan meneliti dokumen-dokumen perusahaan yang berhubungan dengan objek penelitian.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Studi kepustakaan ini dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literatur-literatur, catatan-catatan kuliah dan sumber-sumber lain yang berhubungan dengan masalah-masalah yang akan diteliti oleh penulis. Data yang diperoleh adalah data sekunder yang dapat digunakan sebagai dasar dan pedoman yang dapat dipertanggungjawabkan.

1.7 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Dalam melakukan penelitian, penulis memilih sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *fashion* yang umumnya menjual pakaian sisa ekspor, yaitu “UP 2 U”

Factory Outlet yang berlokasi di Jl. K. H. Noer Ali No. 41-42 D/E, Kalimalang Raya, Bekasi.

1.7.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian akan dilakukan dari bulan September 2007 sampai dengan selesai.