

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini perekonomian dunia semakin bergeser menuju ke arah globalisasi. Tidak ada satu negara pun yang dapat menyatakan tidak membutuhkan negara lain. Untuk bertahan dalam era globalisasi, Indonesia sebagai salah satu negara berkembang harus memiliki perkembangan industri yang pesat. Industri merupakan salah satu sektor pembangunan ekonomi yang mempunyai peranan penting dan memberikan kontribusi yang signifikan bagi ekonomi Indonesia karena dengan industri dapat meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi, perluasan lapangan kerja, dan penghasil devisa bagi negara.

Persaingan yang terjadi antara perusahaan-perusahaan khususnya yang sejenis semakin meningkat untuk menjaga kesinambungan hidup perusahaan sehingga perusahaan memerlukan suatu penanganan dan pengelolaan yang baik. Penanganan dan pengelolaan yang baik hanya dapat dilakukan oleh manajemen yang baik pula. Manajemen dituntut untuk dapat mengkoordinasikan penggunaan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan secara efektif dan efisien, serta dituntut untuk dapat menghasilkan keputusan-keputusan yang menunjang terhadap pencapaian tujuan perusahaan serta mempercepat perkembangan perusahaan. Manajemen hendaknya dapat

berpikir kritis dalam mengambil setiap keputusan, agar setiap keputusan yang diambil tersebut membawa dampak yang baik bagi perkembangan perusahaan. Kemampuan berpikir kritis inilah yang dapat mengantisipasi hal-hal yang harus dilakukan perusahaan untuk dapat bertahan dalam situasi persaingan pasar yang semakin meningkat. Selain itu, dalam mengambil suatu keputusan, manajemen hendaknya mempertimbangkan dan menilai aspek yang ada, agar keputusan tersebut memberikan hasil yang maksimal terhadap pencapaian tujuan perusahaan dalam perkembangan perusahaan.

Bagi perusahaan, adanya persaingan baik antar produk dalam negeri dan antar produk luar negeri serta adanya dampak perekonomian yang belum pulih merupakan satu tantangan berat yang harus dihadapi. Permasalahan yang timbul tidak hanya berhenti dalam jangka pendek saja, tetapi meliputi jangka panjang di mana perusahaan tidak hanya dituntut untuk tetap bertahan dalam bisnisnya tetapi perusahaan juga harus memperoleh laba seoptimal mungkin, karena pada umumnya tujuan perusahaan adalah memperoleh laba optimum.

Dalam mengatasi masalah ini, ada beberapa alternatif yang dapat dilakukan oleh manajemen perusahaan, misalnya menurunkan harga jual produk, meningkatkan volume penjualan, memperluas daerah pemasaran, dan meningkatkan laba. Peningkatan laba dilakukan manajemen dengan menganalisis informasi biaya dan penjualan yang ada pada perusahaan. Salah satu analisis yang dapat digunakan untuk mempelajari hubungan faktor-faktor tersebut di atas adalah analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP). Dalam analisis

CVP tersebut juga tercakup analisis *Break-Even*. Melalui analisis tersebut, manajemen dapat mengetahui pada tingkat volume penjualan berapakah perusahaan mengalami tingkat impas (*Operating Income = 0*) dan pada tingkat volume penjualan berapakah perusahaan mencapai tingkat laba yang diinginkan (*Target Operating Income = n*).

Untuk mengetahui sejauh mana peranan analisis *Cost-Volume-Profit* dalam menentukan laba optimum maka penulis tertarik mengadakan penelitian yang berhubungan dengan analisis *Cost-Volume-Profit* dengan judul :”Peranan Analisis CVP (*Cost-Volume-Profit*) Sebagai Alat Bantu Manajemen Dalam Menentukan Laba Optimum”.

1.2 Identifikasi Masalah

Seringkali dalam menjalankan usahanya, manajemen perusahaan dihadapkan pada kondisi untuk mengambil keputusan yang tepat tentang biaya, harga jual, dan volume penjualan. Perusahaan perlu untuk melakukan analisis *Cost-Volume-Profit* guna menentukan volume produksi dan volume penjualan sehingga laba yang diharapkan dapat optimum.

Dalam penelitian ini masalah yang diidentifikasi adalah:

1. Bagaimana cara perusahaan menghitung analisis *Cost-Volume-Profit* terhadap produk yang dihasilkannya?
2. Bagaimana cara menghitung laba yang optimal?

3. Bagaimana manfaat analisis *Cost-Volume-Profit* sebagai salah satu alat bantu manajemen dalam menentukan laba optimum?

1.3 Maksud & Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui cara perusahaan menghitung analisis *Cost-Volume-Profit* terhadap produk yang dihasilkannya.
2. Untuk mengetahui cara menghitung laba yang optimal.
3. Untuk mengetahui manfaat analisis *Cost-Volume-Profit* sebagai salah satu alat bantu manajemen dalam menentukan laba optimum.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis mengenai peranan analisis *Cost-Volume-Profit* sebagai alat bantu manajemen dalam menentukan laba optimum diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

1. Bagi penulis:
untuk meningkatkan pengetahuan tentang peranan analisis *Cost-Volume-Profit* dengan melihat praktiknya secara langsung di perusahaan.

2. Bagi perusahaan:

sebagai bahan masukan bagi perusahaan yang diharapkan akan menjadi bahan pertimbangan dalam melakukan perbaikan dan pengembangan perusahaan.

3. Bagi pihak lain:

untuk meningkatkan pengetahuan bagi orang yang membaca tentang peranan analisis *Cost-Volume-Profit* sebagai alat bantu manajemen dalam menentukan laba optimum.

1.5 Rerangka Pemikiran

Berhasil tidaknya suatu perusahaan pada umumnya ditandai oleh kemampuan manajemen di 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 perusahaannya agar sedapat mungkin semua kemungkinan dan kesempatan di masa yang akan datang dan direncanakan bagaimana menghadapinya sejak sekarang.

Bagi kebanyakan badan usaha yang didirikan, tujuan utamanya adalah laba. Maka dari itu perencanaan laba adalah unsur yang sangat penting sebagai langkah awal dari kegiatan operasi perusahaan. Laba yang diperoleh perusahaan, terutama akan bergantung pada keberhasilan pencapaian volume penjualan produk atau jasa, biaya serta harga jual produk atau jasa itu sendiri. Ketiga faktor ini akan saling berkaitan dimana biaya yang dikeluarkan akan

menentukan harga jual dan harga jual akan mempengaruhi keberhasilan pencapaian volume penjualan yang pada akhirnya meningkatkan laba.

Untuk peningkatan laba, manajemen memerlukan suatu analisis untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya laba. Salah satu metode analisis yang dianggap sesuai dengan persoalan tersebut adalah analisis *Cost-Volume-Profit*.

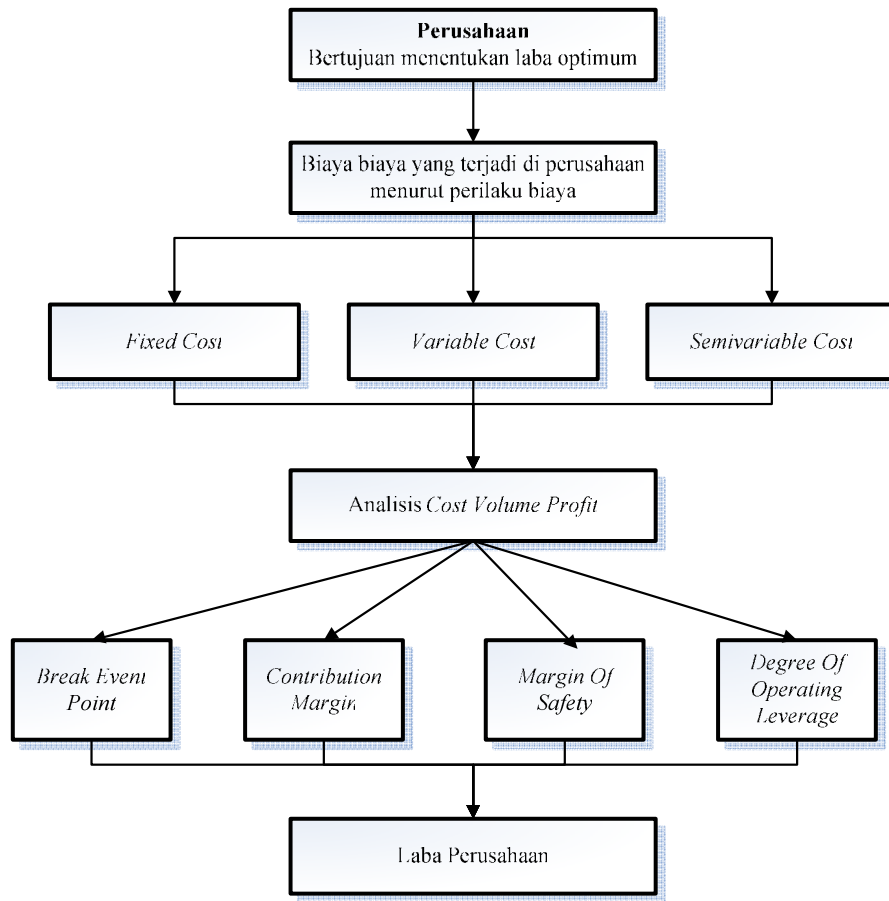
Analisis *Cost-Volume-Profit* adalah suatu pengujian hubungan yang sistematis antara harga jual, volume penjualan, biaya, dan laba. Dengan analisis *Cost-Volume-Profit*, manajer dapat mengetahui bagaimana dampak dari perubahan-perubahan variabel yang terjadi terhadap variabel lainnya.

Metode analisis *Cost-Volume-Profit* dapat digunakan untuk menentukan suatu titik dimana volume penjualan yang dihasilkan berada pada kondisi dimana total pendapatan sama besarnya dengan total biaya, juga dapat menentukan suatu titik dimana volume penjualan yang dihasilkan berada pada kondisi dimana total pendapatan yang diharapkan tercapai. Dengan analisis *Cost-Volume-Profit*, juga dapat digunakan untuk menentukan seberapa besar realisasi penjualan boleh turun dari tingkat penjualan yang ditargetkan sebelum terjadi kerugian.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut: “Analisis CVP (*Cost-Volume-Profit*) sebagai alat bantu yang memadai berperan dalam menentukan laba yang optimum”.

Gambar 1.1

Bagan Rerangka Pemikiran



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 dua pendekatan yaitu:

1. Penelitian lapangan (*Field Research*)

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

Teknik penelitian dapat dilakukan dengan cara:

a. Observasi

Dilakukan dengan cara mengamati secara langsung objek yang diteliti.

b. Wawancara

Yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab dengan pejabat yang berwenang atau bagian lain 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 literature, 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.

1.7 Lokasi dan Waktu

Penulis melakukan penelitian pada PT. “X”, yang berlokasi di sekitar daerah Padalarang, Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Waktu yang dipergunakan untuk penelitian dimulai pada bulan September sampai dengan selesai.