

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat 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. Hal itu, berdampak pada persaingan yang terjadi di antara perusahaan semakin ketat. Persaingan di setiap bidang usaha akan semakin ketat dengan semakin banyaknya jumlah perusahaan atau pengusaha yang terlibat di setiap bidang usaha tersebut. Oleh sebab itu, dalam menghadapi persaingan yang begitu ketat suatu perusahaan harus memanfaatkan seluruh potensi yang dimilikinya untuk menangkap peluang yang mungkin timbul dan memperkirakan apa yang akan terjadi di masa mendatang agar dapat lebih baik lagi atau minimal agar dapat bertahan hidup.

Bagi perusahaan yang berorientasi pada laba, laba merupakan hal penting yang harus dicapai suatu perusahaan agar dapat mempertahankan dan mengembangkan usahanya. Laba akan mempengaruhi posisi keuangan perusahaan, peningkatan kemakmuran perusahaan, perluasan kapasitas produksi perusahaan dan sebagainya. Laba menjadi salah satu tolak ukur yang dapat digunakan untuk menilai apakah perusahaan tahun ini lebih baik dari tahun sebelumnya. Sukses tidaknya suatu perusahaan dalam melaksanakan kegiatan umumnya diukur dari besar laba yang dicapainya. Dalam usaha untuk mencapai laba yang diinginkan biasanya perusahaan

melakukan perencanaan laba. Untuk itu diperlukan adanya suatu perencanaan laba oleh manajemen.

Laba perusahaan diperoleh dengan mengurangi total pendapatan dengan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam periode yang bersangkutan. Laba dipengaruhi oleh 3 faktor, yaitu volume produk yang dijual, harga jual produk, dan kos. Ketiga faktor tersebut saling berkaitan satu dengan yang lainnya, dimana kos menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang diinginkan, harga jual mempengaruhi volume penjualan, dan volume penjualan mempengaruhi kos.

Dalam perencanaan laba jangka pendek, hubungan antara kos, volume dan laba memegang peranan yang sangat penting dalam pemilihan alternatif tindakan dan perumusan kebijakan untuk masa yang akan datang. Salah satu alat bantu yang dapat digunakan manajemen dalam proses perencanaan laba tersebut adalah *cost-volume-profit analysis* (analisis CVP) yang menganalisis hubungan antara kos, volume, dan laba dengan memfokuskan pada interaksi kelima elemen yang terdiri dari harga produk, volume atau tingkat aktivitas, kos variabel per unit, total kos tetap dan komposisi bauran produk, sehingga untuk kepentingan analisis tersebut, terlebih dahulu diperlukan adanya penggolongan kos ke dalam kos tetap dan kos variabel.

Dengan menggunakan analisis CVP, perusahaan dapat memperkirakan tingkat pendapatan yang akan diperoleh, kos total yang harus dikeluarkan, dan volume penjualan yang harus terjadi agar dapat mencapai tingkat laba yang diharapkan. Jadi analisis ini berguna untuk mempelajari bagaimana berbagai alternatif yang

dipertimbangkan oleh pengambil keputusan mempengaruhi laba operasi (perencanaan laba jangka pendek).

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai: “**Analisis CVP Sebagai Alat Bantu Manajemen Dalam Perencanaan Laba**” (Studi Kasus Pada PT “X”)

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam setiap perusahaan, biaya, harga jual dan volume penjualan merupakan komponen penting dalam pembentukkan 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. Oleh karena itu, diperlukan alat untuk menganalisis hubungan antara biaya, volume, serta komposisi penjualan pada berbagai tingkat laba yaitu analisis *cost-volume-profit*.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana menggolongkan biaya yang ada di perusahaan menjadi biaya tetap dan biaya variabel untuk kepentingan analisis *cost-volume-profit*?
2. Apakah perusahaan telah menerapkan analisis *cost-volume-profit* dalam pencapaian laba perusahaan?
3. Bagaimana pengaruh perubahan biaya, harga jual, dan volume penjualan terhadap tingkat laba yang diinginkan?

4. Bagaimana peranan analisis *cost-volume-profit* bagi manajemen perusahaan dalam pencapaian laba yang direncanakan?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dikemukakan di atas, maka maksud dan tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menggolongkan kos dari perusahaan yang diteliti ke dalam kos tetap dan variabel.
2. Untuk mengetahui bagaimana penerapan analisis *cost-volume-profit* oleh perusahaan dalam rangka pencapaian laba yang direncanakan.
3. Untuk mengetahui pengaruh perubahan biaya, harga jual, dan volume penjualan terhadap tingkat laba yang diinginkan.
4. Untuk mengetahui peranan analisis *cost-volume-profit* bagi manajemen perusahaan dalam pencapaian laba yang direncanakan.

1.4 Kegunaan Penelitian

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

1. Penulis sendiri

Bagi penulis, dengan dilakukannya penelitian ini dapat menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman berkaitan dengan penerapan teori-teori yang telah dipelajari dan membandingkan teori-teori tersebut dengan praktek yang terjadi

dalam perusahaan, serta meningkatkan pemahaman berkaitan dengan akuntansi manajemen khususnya tentang analisis *cost-volume-profit*. Selain itu juga, sebagai salah satu syarat untuk menempuh ujian akhir sarjana (S1) Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.

2. 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. Serta menjadi bahan masukan dalam menghitung besarnya volume penjualan yang harus dicapai dengan menggunakan analisis *cost-volume-profit* sehingga dapat mencapai tingkat laba yang diinginkan.

3. Pihak lain

Penulis berharap agar hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan mengenai manfaat analisis *cost-volume-profit* dalam perencanaan laba serta dapat digunakan sebagai bahan masukan, referensi, atau pembanding untuk penelitian lebih lanjut yang dilakukan oleh rekan-rekan mahasiswa di masa yang akan datang.

1.5 Rerangka Pemikiran dan Hipotesis

Setiap perusahaan mempunyai tujuan yang ingin dicapai. Bagi perusahaan yang profit oriented, tujuan perusahaan tersebut adalah untuk mendapatkan laba yang memadai. 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 mencapai tujuan tersebut, manajemen perusahaan akan membuat suatu rencana laba. Rencana laba merupakan suatu rencana yang penting untuk mengarahkan perusahaan mencapai tingkat laba yang diinginkan, dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya ditengah-tengah situasi persaingan yang ketat. Selain itu besarnya laba yang diperoleh perusahaan merupakan ukuran keberhasilan manajemen perusahaan dalam mengelola kegiatan operasi perusahaan.

Dalam membuat perencanaan laba, perusahaan membutuhkan suatu metode analisis untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi besarnya laba yang diinginkan. Salah satu metode analisis yang dapat digunakan perusahaan untuk mencapai laba yang telah ditargetkan tersebut adalah analisis *cost-volume-profit*.

Pengertian analisis *cost-volume-profit* menurut Garrison dan Noreen (2003:234) adalah 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* membantu manajer untuk memahami hubungan antara biaya, volume, dan laba dalam organisasi dengan berfokus pada interaksi diantara harga produk, level aktivitas, biaya variabel per unit, total biaya tetap, dan

komposisi produk yang dijual. Dalam melaksanakan analisis *cost-volume-profit*, perusahaan harus lebih dahulu menggolongkan biaya berdasarkan perilakunya. Biaya menurut perilakunya dapat dibagi menjadi *biaya tetap* (fixed cost), *biaya variabel* (variable cost), *biaya semivariabel* (semivariable cost), dimana *biaya semivariabel* ini harus dipisahkan lagi menjadi *biaya tetap* dan *biaya variabel*. Hal ini diperlukan supaya informasi mengenai biaya ini dapat berguna bagi manajemen dalam proses perencanaan laba jangka pendek.

Ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk memisahkan biaya semivariabel, yaitu:

1. Metoda Titik Tertinggi dan Terendah (*The High and Low Point Method*);
2. Metoda Grafik Statistik (*The Scattergraph or Visual Fit Method*);
3. Metoda Kuadrat Terkecil (*The Least Square Regression Method*).

Cost-volume-profit analysis dalam penerapannya meliputi *contribution margin* dan analisis titik impas (*breakeven point analysis*). Dalam *breakeven analysis* terdapat metode-metode seperti *equation method*, *contribution margin method* dan *graph method*. Analisis impas (*breakeven*) digunakan untuk menentukan tingkat penjualan dan bauran produk yang diperlukan agar semua biaya yang terjadi dalam periode tersebut tertutupi. Titik impas (*breakeven point*) adalah titik dimana biaya dan pendapatan sama besarnya, tidak ada laba maupun rugi pada titik impas (*breakeven point*).

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

“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.

Laba perusahaan diperoleh dengan mengurangi total pendapatan dengan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam periode yang bersangkutan. Laba dipengaruhi oleh 3 faktor, yaitu volume produk yang dijual, harga jual produk, dan kos. Ketiga faktor tersebut saling berkaitan satu dengan yang lainnya, dimana kos menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang diinginkan, harga jual mempengaruhi volume penjualan, dan volume penjualan mempengaruhi kos. Dalam perencanaan laba jangka pendek, hubungan antara kos, volume dan laba memegang peranan yang sangat penting dalam pemilihan alternatif tindakan dan perumusan kebijakan untuk masa yang akan datang.

Jadi dapat disimpulkan bahwa analisis *cost volume profit* dapat digunakan perusahaan dalam menghadapi berbagai kemungkinan yang dapat terjadi, yang akan mempengaruhi proses pengambilan keputusan dan perencanaan laba. Dalam mengambil keputusan dan merencanakan laba, perusahaan harus pandai memilih alternatif yang terbaik agar perusahaan dapat mencapai laba yang ditargetkan. Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Penerapan analisis *cost-volume-profit* secara tepat akan menghasilkan informasi yang akurat bagi manajemen dalam perencanaan laba.

1.6 Metoda Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menggunakan metode deskriptif analitis, yaitu suatu metode penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan, mengolah, serta menganalisis data sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai objek yang diteliti dan selanjutnya dapat ditarik suatu kesimpulan dan saran dari masalah yang diteliti. Adapun teknik pengumpulan data dan informasi yang digunakan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Penelitian lapangan (*Field Research*), yang dilakukan melalui:
 - a. Observasi, yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek yang sedang diteliti untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan.
 - b. Wawancara, yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab secara lisan dengan pihak-pihak yang terkait dalam perusahaan seperti

kepala bagian akuntansi, staf perusahaan, dan karyawan yang erat kaitannya dengan masalah yang diteliti.

- c. Dokumentasi, yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan dan mempelajari catatan dan dokumen perusahaan.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan untuk penyusunan skripsi ini, penulis melakukan penelitian pada PT “X” yang bergerak dalam bidang industri tekstil yang berlokasi di Bandung. Waktu penelitian dilakukan mulai dari bulan September 2007 sampai dengan selesai.