

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Laba merupakan salah satu alasan untuk berdirinya sebuah organisasi / perusahaan. Laba juga merupakan salah satu syarat agar suatu kegiatan bisnis dapat tetap berjalan. Hampir sebagian besar strategi dari pihak manajemen dalam memutuskan sesuatu strategi dalam kegiatan bisnisnya selalu dikaitkan dengan laba. Dengan demikian laba dapat menjadi salah satu tolok ukur berhasil / tidaknya suatu kegiatan bisnis. Makin besar laba bersih yang diperoleh, dapat dikatakan pula makin berhasil perusahaan tersebut dalam menjalankan kegiatan bisnisnya.

Cost-volume-profit analysis merupakan salah satu alat manajemen yang sering digunakan untuk merencanakan laba jangka pendek dalam suatu perusahaan. *Cost volume-profit analysis* menggunakan keterkaitan antara biaya, volume penjualan, dan laba dalam penerapannya. Sehingga akan dapat diketahui bagaimana pengaruh perubahan harga jual, biaya, tingkat penjualan terhadap laba.

Sebelum mengimplementasikan *cost-volume-profit analysis* hal yang perlu dilakukan terlebih dahulu oleh pihak manajemen adalah memisahkan biaya berdasarkan perilakunya. Perilaku biaya adalah hubungan biaya yang memberikan respon terhadap suatu aktivitas yang disebut pemicu biaya. Berdasarkan perilakunya biaya dibedakan menjadi tiga, yaitu biaya tetap (*fixed cost*), biaya variabel (*variable cost*), dan biaya semivariabel (*mixed cost*). Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tetap dan tidak terpengaruh oleh perubahan volume produksi. Biaya

variabel adalah biaya yang jumlahnya akan selalu berubah berdasarkan perubahan volume produksi. Sedangkan biaya semivariabel adalah biaya yang terdiri dari elemen biaya tetap dan biaya variabel.

Pada proses selanjutnya biaya variabel harus dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk memisahkan biaya semivariabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel, antara lain :

1. High-Low Method

Metode ini menggunakan titik tertinggi yang didefinisikan sebagai tingkat kegiatan tertinggi, dan titik terendah yang didefinisikan untuk tingkat kegiatan terendah. Kelemahan metode ini adalah, titik – titik tertinggi atau terendah tersebut kurang mewakili tingkat aktivitas yang terjadi pada umumnya.

2. The Scattergraph Method

Keunggulan metode ini adalah dapat memberikan peluang untuk menganalisis biaya secara visual dan dapat dengan mudah mengetahui tingkat kegiatan yang tidak lazim. Kelemahan dari metode ini adalah kurangnya suatu objektivitas dan standar dalam menetapkan garis yang paling cocok.

3. Least Square Method

Metode ini dianggap paling objektif dalam menentukan garis yang paling dekat dengan titik – titik dimana data paling dekat dengan garis tersebut dibandingkan dengan data lain.

Dalam kesempatan ini penulis akan menggunakan *Least Square Method*, karena metode ini dianggap penulis lebih baik dibandingkan metode lainnya. Setelah biaya semivariabel terpisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel, maka

selanjutnya akan dapat diketahui *margin contribution*, *contribution margin ratio*, *margin of safety*, dan *operating leverage*. Setelah mengetahui angka – angka tersebut, maka dapat dilakukan analisis sensitivitas (*what-if analysis*). Dengan analisis ini pihak manajemen akan dapat mengestimasi perubahan suatu unsur sebagai akibat dari perubahan unsur yang lain.

Dalam penerapannya, *cost-volume-profit analysis* sering berkaitan dengan *breakeven point analysis*. Dengan *breakeven point analysis* akan dapat diketahui titik dimana semua biaya berjumlah sama dengan pendapatan. Dalam keadaan seperti inilah perusahaan tidak mengalami untung atau rugi. *Breakeven point* sering juga disebut dengan analisis titik impas.

Perusahaan “X” adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam kegiatan produksi pembuatan *consumer goods*. Produk yang dibuat diantaranya adalah mi kering dalam kemasan. Perusahaan “X” sebagai perusahaan yang berskala menengah belum melakukan klasifikasi biaya dan belum menerapkan *cost-volume-profit analysis* dalam kegiatan produksinya. Dengan mengimplementasikan *cost-volume-profit analysis* diharapkan dapat memberi masukan kepada pihak manajemen dalam membuat strategi yang lebih tepat untuk pencapaian laba yang optimal.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada Perusahaan “X” dengan judul

“IMPELEMENTASI *COST VOLUME PROFIT ANALYSIS* SEBAGAI ALAT PIHAK MANAJEMEN DALAM MERENCANAKAN LABA JANGKA PENDEK PADA PERUSAHAAN “X”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berhasil tercapai tidaknya tujuan dan target suatu perusahaan sering dikaitkan dengan laba diperoleh. Oleh karena itu, pihak manajemen suatu perusahaan harus dapat merencanakan laba dengan baik agar sasaran suatu organisasi tersebut dapat tercapai. *Cost-volume-profit analysis* merupakan suatu alat bantu bagi pihak manajemen untuk merencanakan laba perusahaan dan mengambil keputusan jangka pendek.

Untuk mengimplementasikan *cost-volume-profit analysis* ini perusahaan terlebih dahulu mengklasifikasikan biaya tetap, biaya variabel, dan memisahkan biaya semivariabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel.

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

1. Apakah perusahaan telah mengklasifikasikan biaya semivariabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel?
2. Bagaimana cara mengimplementasikan *cost-volume-profit analysis* pada Perusahaan “X”?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasar identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, maka maksud dan tujuan dari penelitian ini antara lain adalah :

1. Untuk menggambarkan mengenai pengklasifikasian biaya semivariabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel pada Perusahaan “X”.

2. Untuk menggambarkan bagaimana *cost-volume-profit analysis* diterapkan pada Perusahaan “X”.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan maksud dan tujuan penelitian diatas maka hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi :

1. Bagi perusahaan

Bagi perusahaan, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan masukan bagi pihak manajemen dan dapat digunakan sebagai alat untuk merencanakan laba perusahaan.

2. Bagi pihak – pihak lain

Bagi pihak lain, penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan dan informasi bagi perusahaan dalam merencanakan laba jangka pendeknya menggunakan *cost-volume-profit analysis*.

3. Bagi penulis

Bagi penulis, penelitian ini dapat menambah pengetahuan tentang bagaimana mengklasifikasikan biaya semivariabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Selain itu penelitian ini dapat memperdalam pengetahuan mengenai penerapan *cost-volume-profit analysis* dalam sebuah perusahaan untuk merencanakan laba jangka pendek.

1.5 Rerangka Pemikiran

Penerapan *cost-volume-profit analysis* selalu diawali dengan pemahaman tentang perilaku biaya. Perilaku biaya menggambarkan hubungan antara biaya dengan pemicu biaya (*cost driver*) yang mempengaruhi biaya – biaya tersebut. Perilaku biaya ini dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semivariabel. Biaya – biaya yang termasuk biaya semivariabel harus dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Ada beberapa metode yang dapat dilakukan antara lain *high low method*, *scattergraph method*, *least square method*.

Dalam pembahasan selanjutnya, penulis akan menggunakan *least square method*. Metode ini dipilih oleh penulis karena metode ini dianggap paling sedikit kelemahannya dibandingkan metode lainnya. Setelah biaya – biaya diklasifikasikan menjadi biaya tetap dan biaya variabel, maka analisis *cost-volume-profit* dapat diterapkan untuk merencanakan laba jangka pendek perusahaan.

Menurut Garrison (1985, 197) *cost volume profit analysis* didefinisikan sebagai berikut :

“cost-volume-profit(CVP) analysis involves a study of the interrelationship between the following factors :

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

CVP analysis is a key factor in many decisions, including choice of product lines, pricing of products, marketing strategy, and utilization of productive facilities. Because of its wide range of usefulness, CVP analysis is undoubtedly the best tool the manager has for discovering the untapped profit potential that may exist in an organization.

Dari definisi diatas dapat dipahami bahwa *cost-volume-profit analysis* merupakan suatu alat penting yang dapat diandalkan oleh para pihak manajer dalam mengambil keputusan untuk merencanakan laba optimal yang dapat diperoleh sebuah perusahaan. Dapat diketahui juga bahwa dengan mempelajari *cost-volume-profit analysis* kita dapat mengetahui hubungan antara harga produk, volume penjualan produk, biaya variabel per unit, biaya tetap per unit dan bauran penjualan.

Cost-volume-profit dalam penerapannya akan meliputi penghitungan *contribution margin* yang merupakan selisih antara penjualan dan biaya variabel, *contribution margin ratio*, *margin of safety*, dan *operating leverage*. Angka – angka yang diperoleh dapat digunakan untuk melakukan analisis sensitivitas (*what-if analysis*).

Selain itu akan *cost-volume-profit analysis* juga berkaitan dengan *break-even point analysis* (analisis titik impas), dimana ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk menghitungnya, antara lain *equation method*, *graph method*, *contribution margin method*. Hammer, Carter dan Usry (1994, 592) mengemukakan pendapat mengenai titik impas sebagai berikut :

“Breakeven point analysis is used to determined the level of sales and mix of product required to just recover all cost incurred during the period. The breakeven point is the point at which cost and revenue are equal.”

Berdasarkan definisi diatas dapat diketahui bahwa *breakeven point* atau titik impas adalah titik dimana tidak terdapat rugi/laba. Pada titik ini menunjukkan pada tingkat volume penjualan berapa akan diperoleh jumlah pendapatan yang sama dengan total biaya yang dikeluarkan. Laba bersih akan diperoleh apabila

voluma penjualan berada diatas titik impas, sedangkan rugi bersih akan diperoleh apabila voluma penjualan dibawah titik impas.

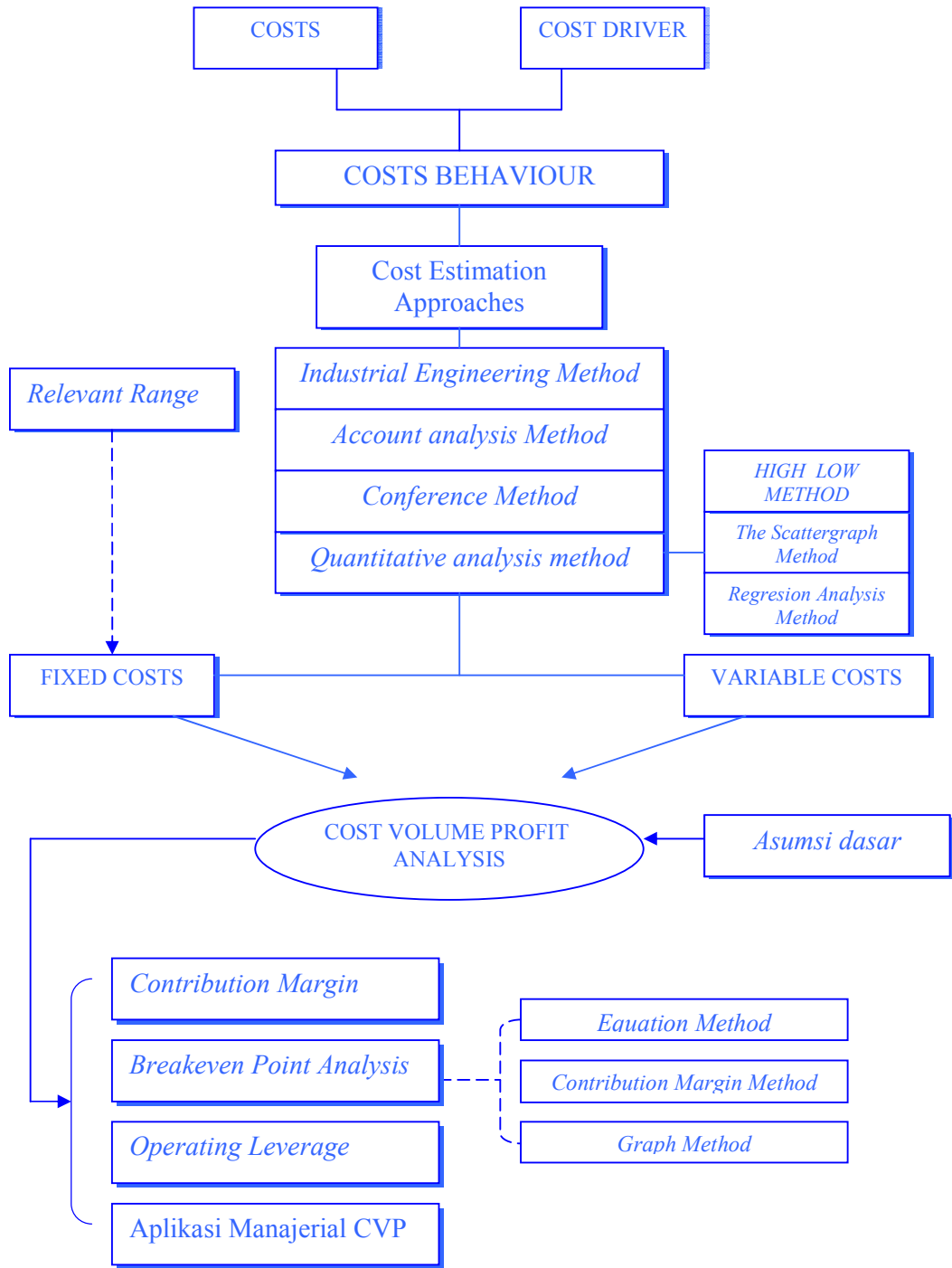
Dapat diketahui bahwa *breakeven point analysis* akan sangat membantu bagi pihak manajer dalam membuat kebijakan harga jual, dan voluma penjualan minimum yang harus diperoleh agar berada diatas titik impas dan memperoleh laba. Dalam menggunakan *cost-volume-profit analysis*, menurut Hammer, Carter, dan Usry (1994, 597) manajemen harus mengerti bahwa :

1. *A change in per unit variable cost changes the contribution margin ratio and breakeven point.*
2. *A change in sales price changes the contribution margin ratio and breakeven point.*
3. *A change in fixed cost price changes the breakeven point, but not the contribution margin ratio.*
4. *A combined change in fixed and variable cost in the same direction causes an extremely sharp change in breakeven point.*

Maher dan Deakin (1991, 443) mengasumsikan *cost-volume-profit analysis* linear jika:

1. *Revenue change proportionately with volume.*
2. *Total variable cost change proportionately with volume.*
3. *Fixed cost do not change at all with volume.*

Dari definisi – definisi diatas, maka pihak manajemen dalam pengimplementasian *cost-volume-profit analysis* harus memperhatikan dampak dari masing masing perubahan biaya variabel per unit, perubahan harga jual, dan biaya tetap terhadap *breakeven point*.



Gambar 1.1
Rerangka Pemikiran
Pengimplementasian *Cost Volume Profit Analysis*

1.6 Metoda Penelitian

Metode yang digunakan oleh penulis dalam skripsi ini adalah metode deskriptif analitis. Maksudnya adalah bahwa penulis mengumpulkan data dan menganalisis data yang berhubungan dengan objek penelitian sehingga dapat diperoleh suatu gambaran mengenai objek penelitian itu sendiri. Berdasarkan sumbernya, data dapat dibedakan menjadi dua yaitu :

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber yang berkaitan dengan objek penelitian. Contohnya adalah data yang diperoleh dari manajer, staf, atau karyawan yang terlibat.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak diperoleh secara langsung dari sumber yang berkaitan dengan objek penelitian. Contohnya adalah hasil studi pustaka, buku – buku yang berkaitan dengan penelitian, dan literatur – literatur. Data sekunder dibagi menjadi dua yaitu data internal dan data eksternal. Data internal adalah data yang diperoleh dari pihak internal perusahaan seperti dokumen – dokumen, sedangkan data eksternal adalah data yang diperoleh dari luar pihak perusahaan seperti catatan – catatan dan buku – buku yang berhubungan dengan objek penelitian.

Cara yang dilakukan oleh penulis dalam memperoleh data – data yang diperlukan adalah dengan cara :

1. Observasi, observasi disini maksudnya adalah pengamatan langsung dilapangan mengenai aktivitas – aktivitas kegiatan perusahaan.

2. Wawancara, penulis memperoleh data – data yang diperlukan dengan melakukan wawancara dengan manajer perusahaan.
3. Studi literatur, penulis juga mengumpulkan teori – teori yang berkaitan dengan topik penelitian dan berguna untuk memperoleh landasan yang kuat dalam melakukan penelitian ini.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian pada Perusahaan “X”, sebuah perusahaan yang bergerak dalam kegiatan produksi pembuatan mi kering dalam kemasan yang berlokasi di Semarang. Penelitian ini dilakukan mulai bulan Februari 2007.

No	Keterangan	Feb	Mar	April	Mei	Jun
1	Pengajuan permohonan skripsi & topik ke dekan					
2	Pengajuan topik skripsi ke Dosen Pembimbing					
3	Membuat rancangan skripsi					
4	Meminta data perusahaan tentang struktur organisasi dan proses produksi					
5	Melakukan penulisan skripsi					
6	Membuat Bab I -III					
7	Meminta data perusahaan tentang biaya (data cost)					
8	Membuat bab IV, mengolah data, dan memisahkan biaya semivariabel					
9	Membuat bab V					

Tabel 1.1
Langkah – Langkah dan Waktu Penelitian