

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini, dunia perekonomian berkembang dengan sangat pesat. Banyaknya perusahaan yang memasuki dunia usaha menyebabkan persaingan yang ketat untuk mendapatkan pangsa pasar tidak dapat dihindari lagi. Persaingan ini semakin ketat dengan adanya kemajuan teknologi yang membuat batas-batas teritorial antar negara semakin kabur. Suatu negara dapat bertransaksi dengan negara lainnya tanpa dibatasi oleh daerah geografis. Oleh karena itu agar perusahaan mampu bersaing dan bertahan di dalam industri maka perusahaan harus mampu memprediksi hal-hal yang akan terjadi dimasa yang akan datang. Seperti yang dilakukan oleh Bill Gates yang menjadi CEO Microsoft dalam memprediksikan penjualan windows vista pada tahun 2007, seperti yang dikutip dalam:

“ Tembusnya penjualan Vista ke angka 100 juta ini juga merupakan sebuah prestasi pencapaian target bagi Microsoft. Pada saat peluncuran Vista untuk consumer Januari 2007 lalu, Bill Gates yang masih menjabat sebagai CEO Microsoft saat itu memang memprediksikan 100 juta Vista akan terjual dalam satu tahun kedepan dan terbukti.”
(<http://www.detikinet.com/index.php/detik.read>)

Selain itu perusahaan yang berorientasi pada laba harus mampu memprediksikan pencapaian target karena hal tersebut menjadi salah satu faktor yang akan mempengaruhi 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. Untuk itu diperlukan adanya suatu perencanaan laba oleh pihak manajemen. Salah satu cara untuk meningkatkan laba yaitu dengan cara meningkatkan volume penjualan. Hal tersebut juga dilakukan oleh Microsoft untuk meningkatkan laba perusahaannya, seperti yang dikutip berikut:

“ Microsoft menegaskan bahwa salah satu pemicu melonjaknya jumlah keuntungan ini adalah kuatnya penjualan sistem operasi Windows Vista.... "Kami puas dengan kemajuan Windows Vista di pasaran," papar presiden Platform and Service Division Microsoft, Kevin Johnson. Serta penjualan konsol Xbox yang cukup memuaskan dalam masa belanja akhir tahun juga turut memicu naiknya profit Microsoft. Jika dihitung secara total, sebanyak 17,7 juta unit Xbox telah terjual ke pasaran”.
(<http://www.detikinet.com/index.php/detik.read>)

Salah satu faktor yang mempengaruhi volume penjualan yaitu harga jual, karena harga jual memiliki pengaruh yang sangat penting terhadap volume penjualan dan laba yang diinginkan oleh perusahaan.

“...harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang, dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.”
(<http://ilmumanajemen.wordpress.com/2007/06/15/penetapan-harga-jual>)

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

1.2 Identifikasi Masalah

Di dalam perusahaan, biaya, harga jual, dan volume penjualan merupakan faktor penting dalam meningkatkan laba perusahaan. Ketiga faktor tersebut sangat

berkaitan satu dengan lainnya, di mana biaya menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang diinginkan, harga jual mempengaruhi volume penjualan, dan volume penjualan mempengaruhi biaya. Biaya, harga jual, dan volume penjualan yang direncanakan harus dikendalikan dengan baik agar perusahaan dapat menghasilkan laba yang maksimal dan mutu produk tetap terjaga agar tetap dapat bersaing di pasaran. Sehingga untuk menjalankan perencanaan tersebut 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 di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah perusahaan telah menggolongkan biaya-biaya yang ada dalam perusahaan menjadi biaya tetap dan biaya variabel?
2. Apakah perusahaan telah menerapkan analisis *cost-volume-profit* dalam pencapaian labanya?
3. Bagaimana peranan analisis *cost-volume-profit* dalam perencanaan laba perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi yang dikemukakan di atas maka, penulis merumuskan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menggolongkan biaya yang terjadi di dalam perusahaan kedalam biaya tetap dan biaya variabel.
2. Untuk mengetahui bagaimana perusahaan dalam menerapkan analisis *cost-volume-profit* dalam pencapaian labanya.

3. Untuk mengetahui peranan analisis *cost-volume-profit* bagi manajemen perusahaan dalam pencapaian laba yang direncanakan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan yang diteliti

Dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan yang bermanfaat bagi perkembangan 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.

2. Penulis sendiri

Menambah pengetahuan bagi penulis sendiri dan mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai *cost-volume-profit*, serta dapat mengimplementasikan dalam kehidupan nyata.

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.

1.5 Kerangka Pemikiran

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 harus membuat perencanaan laba. Dalam perencanaan tersebut 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.

Penerapan *cost-volume-profit* meliputi margin kontribusi (*contribution margin*) dan analisis titik impas (*break-event point*). Analisis titik impas (*break-even*) digunakan untuk menentukan tingkat penjualan dan bauran produk yang diperlukan agar semua biaya yang terjadi dalam periode tersebut tertutupi. Titik impas (*break-even point*) adalah titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya, atau titik dimana laba sama dengan nol.

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.

Pengimplementasian analisis *cost-volume-profit* di perusahaan harus memperhatikan dampak dari adanya perubahan biaya terhadap laba dan, perubahan harga jual terhadap laba yang diperoleh. Sehingga dapat membantu manajemen perusahaan dalam mengambil keputusan dan merencanakan laba, dengan memilih alternatif yang terbaik agar perusahaan dapat mencapai laba yang ditargetkan.

1.6 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode deskriptif analisis, yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan, mengolah, serta menganalisis data sehingga dapat memberikan

gambaran yang jelas mengenai objek yang diteliti serta mendapatkan suatu kesimpulan dan saran dari masalah yang diteliti.

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis yaitu :

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Merupakan penelitian yang dilakukan terhadap objek penelitian secara langsung guna mengolah data primer yang diperlukan. Teknik yang digunakan yaitu :

- Teknik Observasi

Yaitu teknik atau pendekatan untuk mendapatkan data primer dengan cara mendekati langsung objek yang diteliti.

- Teknik Wawancara

Yaitu teknik pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab secara lisan dengan pihak-pihak yang terkait dalam perusahaan yang erat kaitannya dengan masalah yang diteliti.

2. Penelitian kepustakaan (*Library Research*)

Data diperoleh dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku referensi, literatur-literatur, catatan-catatan kuliah, dan bacaan lain yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti oleh penulis sehingga diperoleh gambaran mengenai teori yang dibahas untuk melengkapi data dari perusahaan.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini, penulis melakukan penelitian pada PT “X” yang bergerak dalam bidang distribusi lem yang berlokasi di Bandung.