

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Munculnya era globalisasi yang membuat adanya tantangan dengan banyaknya kompetitor bisnis baru dalam bidang usaha membuat perusahaan melalui pihak manajemennya harus memikirkan perencanaan laba yang lebih baik lagi dari berbagai sisi. Pihak manajemen haruslah dapat mengkoordinasikan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan secara efektif dan efisien agar dapat menghasilkan keputusan-keputusan yang menunjang kelangsungan hidup perusahaan tersebut.

Perencanaan laba yang baik di dalam perusahaan dapat terlihat dari keberhasilan dan juga pencapaian yang telah dilakukan oleh pihak manajemen dalam mengelola laba jangka pendek perusahaan, salah satunya melalui proses perencanaan laba jangka pendek. Supriyono (1993) mengatakan bahwa keberhasilan manajemen di dalam laba jangka pendek dapat dilihat dari apakah laba yang diperoleh lebih besar atau lebih kecil dibandingkan dengan rencana laba yang dianggarkan, atau standar laba, atau paling tidak laba pada periode sebelumnya. Hal tersebut dapat memperlihatkan kinerja manajemen dalam menjalankan siklus operasi perusahaan secara jangka pendek, untuk menentukan strategi perusahaan dalam jangka panjang.

Untuk menentukan strategi mengenai pengelolaan jangka pendek yang

direncanakan perusahaan, manajemen akan berhubungan erat pula dengan keputusan penentuan harga jual produk. Perencanaan yang baik dapat membantu dalam penaksiran tingkat laba jangka pendek yang akan didapat perusahaan, sehingga laba jangka pendek yang didapat akan lebih optimal. Untuk mencapai laba jangka pendek yang optimal (dalam perencanaan laba maupun realisasi), manajer dapat menggunakan langkah-langkah berikut:

1. Menekan biaya operasional serendah mungkin dengan mempertahankan tingkat harga jual dan volume penjualan yang ada.
2. Menentukan tingkat harga jual yang sesuai dengan laba yang dikehendaki.
3. Meningkatkan volume penjualan sebesar mungkin.

Ketiga langkah diatas tidak dapat dilakukan secara terpisah dikarenakan ketiganya mempunyai hubungan yang saling berkaitan dalam mengambil keputusan dan perumusan kebijakan perusahaan masa yang akan datang.

Untuk merealisasikan langkah-langkah yang dapat digunakan oleh manajer seperti yang diatas, perusahaan dapat menggunakan suatu analisis keuangan yang dinamakan *cost-volume-profit analysis*. Analisis CVP dapat membantu manajer untuk memahami hubungan antara biaya, volume, dan laba. *Cost-volume-profit analysis* dapat meneliti perilaku total pendapatan, total biaya, dan laba operasi sebagai perubahan yang terjadi pada tingkat output, harga jual, biaya variabel per unit, atau biaya tetap suatu produk. Analisis ini dapat mengetahui bagaimana laba dan kos berubah sejalan dengan berubahnya volume penjualan. Secara lebih spesifik, analisis ini melihat pengaruh perubahan kos variabel, kos tetap, harga

penjualan, volume penjualan, dan bauran produk yang dijual terhadap perubahan laba.

Terjadinya perubahan nilai pos yang satu untuk mengestimasi perubahan nilai pos yang lainnya seperti yang diterapkan dalam analisis biaya-volume-laba ini dinamakan pula dengan analisis sensitivitas. Secara lebih detail, analisis biaya-volume-laba melakukan analisis sensitivitas dengan menguji dampak berbagai tingkat harga atau biaya terhadap laba. Hansen dan Mowen (2005) menambahkan bahwa Cost-volume-profit analysis juga dapat mengatasi banyak isu lain, seperti jumlah unit yang harus dijual untuk mencapai impas, dampak pengurangan biaya tetap terhadap titik impas, dan dampak kenaikan harga terhadap laba.

Untuk mengimplementasikan analisis ini, pihak manajemen perlu mengklasifikasikan data-data kos berdasarkan perilakunya. Berdasarkan perilakunya, kos dibedakan menjadi kos tetap (*fixed cost*), kos variabel (*variable cost*), dan kos semivariabel (*mixed cost*).

Setelah implementasi perilaku kos dilakukan, barulah penerapan CVP dapat dilakukan. Elemen analisis biaya-volume-laba seperti analisis titik impas (*Break Event Point analysis*) yang merupakan suatu teknik analisis untuk mengetahui penjualan minimum agar suatu usaha tidak menderita rugi, tetapi juga belum memperoleh laba (dengan kata lain labanya sama dengan nol) dapat sangat berguna bagi perusahaan dalam menentukan kinerja yang akan dilakukan perusahaan. Dengan melakukan analisis *break event*, manajemen akan memperoleh informasi tingkat penjualan minimum yang harus dicapai, agar tidak mengalami kerugian. Oleh karena itu,

analisis *break event* merupakan alat yang efektif dalam menyajikan informasi manajemen untuk keperluan perencanaan laba sehingga manajer dapat memilih berbagai usulan kegiatan yang akan memberikan kontribusi terbesar terhadap pencapaian laba di masa yang akan datang. Ada pula, analisis *margin of safety* yang dapat memberikan perkiraan kepada pihak manajerial mengenai tingkat keamanan yang harus dicapai oleh perusahaan mengenai seberapa jauh volume penjualan boleh turun dari yang dianggarkan oleh perusahaan hingga di titik perusahaan tidak merugi. Salah satu analisis yang termasuk dalam analisis CVP adalah analisis operating leverage. Kegunaan analisis ini adalah untuk mengukur seberapa besar biaya tetap yang dimiliki oleh perusahaan, persentase perubahan dalam pendapatan operasi terhadap persentase perubahan volume penjualan, maupun hubungan laba bersih dengan laba.

Analisis *Cost-Volume-Profit* dapat juga digunakan pada industri jasa, seperti industri jasa peragenan minyak. Dalam industri jasa peragenan minyak, perusahaan dituntut untuk dapat melayani dan memberikan kualitas minyak terbaik bagi pelanggan agar dapat memuaskan para pelanggan.

PT. Sinar Hassan Lestari merupakan suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa peragenan minyak. Perencanaan laba perusahaan yang sebelumnya tidak menggunakan analisis CVP akan sulit dalam menentukan kisaran margin kontribusi perusahaan, seberapa besar volume penjualan minum yang perlu dijual perusahaan sehingga perusahaan tidak merugi, alternatif cara yang dapat membantu tercapainya target penjualan, realisasi laba yang realistis dengan skenario bisnis terbaik yang dapat

dilakukan perusahaan. Penerapan analisis CVP akan sangat membantu pihak manajerial dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut dan melakukan penilaian kinerja perusahaan saat ini untuk perencanaan perusahaan kedepannya menjadi lebih baik. Dengan menerapkan analisis CVP didalam perusahaan, kita dapat memiliki beberapa keuntungan antara lain:

1. Penerapan Margin Kontribusi

Perhitungan ini dapat menjelaskan keuntungan yang didapat dari operasi penjualan per liter solar yang dilakukan oleh perusahaan sehingga perusahaan dapat mengetahui dampak/pengaruhnya terhadap biaya tetap yang terjadi pada perusahaan.

2. Analisis Titik Impas

Setelah adanya perhitungan mengenai margin kontribusi yang dimiliki oleh perusahaan, analisis ini dapat menghitung tingkat minimum volume penjualan solar yang dapat dilakukan oleh perusahaan agar perusahaan tidak mengalami kerugian maupun keuntungan.

3. *Margin of Safety*

Ketika perusahaan ini telah menentukan berapa estimasi volume penjualan solar yang akan dicapai, maka analisis ini akan berfungsi dalam melakukan penilaian mengenai berapa besar penurunan volume penjualan solar yang dapat dialami perusahaan hingga perusahaan tidak mengalami kerugian.

4. *Operating Leverage*

Analisis ini akan melakukan penilaian mengenai perbandingan perubahan yang

dapat dicapai perusahaan antara keuntungan yang didapat dari operasi (margin kontribusi) dengan laba bersih. Ini dimaksudkan agar perusahaan mengetahui seberapa besar pengaruh yang dicapai ketika margin kontribusi mengalami kenaikan terhadap laba bersih perusahaan.

5. Analisis Sensitivitas

Analisis ini akan berkaitan dengan bagaimana perusahaan dapat meningkatkan laba jangka pendek perusahaan berdasarkan beberapa skenario bisnis yang dapat terjadi berkaitan pula dengan pengaruh signifikansi perubahan pada tingkat output, harga jual, biaya variabel per unit, atau biaya tetap suatu produk. Dengan begitu analisis ini akan dapat melihat pengaruh perubahan naik turunnya kos variabel, kos tetap, harga penjualan, dan volume penjualan yang dijual terhadap perubahan laba.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada PT. Sinar Hassan Lestari dengan judul “PENERAPAN COST-VOLUME-PROFIT ANALYSIS SEBAGAI ALAT PERENCANAAN LABA JANGKA PENDEK PADA PT. SINAR HASSAN LESTARI.”

1.2 Identifikasi Masalah

Perencanaan laba perusahaan sebelumnya dibuat oleh perusahaan yang tidak menentukan kisaran margin kontribusi perusahaan, seberapa besar volume penjualan minum yang perlu dijual perusahaan sehingga perusahaan tidak merugi, alternatif cara yang dapat membantu tercapainya target penjualan, realisasi laba yang realistis dengan

skenario bisnis terbaik yang dapat dilakukan perusahaan merupakan hal-hal yang perlu diketahui oleh pihak manajemen dalam menentukan cara mencapai laba jangka pendek perusahaan. Oleh karena itu, analisis teoritis yang dapat diterapkan didalam perusahaan seperti CVP sangatlah baik diterapkan oleh perusahaan untuk melakukan perencanaan laba. Perhitungan mengenai margin kontribusi (menghitung perbedaan antara penjualan dengan biaya variabel yang akan menjadi margin keuntungan perusahaan dalam operasional utama perusahaan, yaitu jasa pengangkutan solar), analisis BEP (menghitung seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menutupi biaya tetap melalui margin kontribusi), *margin of safety* (menghitung seberapa besar penurunan penjualan yang dialami perusahaan hingga perusahaan tidak mengalami kerugian), dan *operating leverage* (menghitung seberapa besar pengaruh yang dicapai ketika margin kontribusi mengalami kenaikan terhadap laba bersih perusahaan) merupakan analisis-analisis teoritis yang sangatlah tepat untuk digunakan oleh perusahaan agar adanya keakuratan dalam merencanakan jumlah minimum penjualan yang perlu dicapai, target penjualan realistis yang dapat dicapai perusahaan, dan skenario bisnis terbaik untuk mencapai target penjualan. Selain itu, adanya analisis sensitivitas dalam menghitung faktor-faktor alternatif yang dapat terjadi dalam perusahaan mengenai pengaruh masing-masing perubahan harga jual satuan, perubahan jumlah biaya tetap, perubahan biaya variabel satuan, perubahan volume penjualan akan membuat perusahaan memiliki perhitungan alternatif yang dapat terjadi dalam perencanaan laba

Alasan diatas membuat penulis tertarik untuk mencoba menerapkan analisis Cost-Volume-Profit dalam perusahaan ini yang diharapkan dapat berguna bagi perusahaan

dalam menentukan laba jangka pendek yang dapat terjadi.

Untuk mengaplikasikan *cost-volume-profit analysis* sebagai alat perencanaan laba jangka pendek perusahaan, maka masalah-masalah yang dapat diidentifikasi antara lain:

1. Bagaimana pengidentifikasian perilaku kos yang terjadi di dalam oleh perusahaan?
2. Bagaimana penerapan *cost-volume-profit analysis* dalam membantu manajemen merencanakan laba jangka pendek perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah diidentifikasi di atas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi perilaku kos yang terjadi di dalam perusahaan.
2. Untuk menerapkan *cost-volume-profit analysis* dalam membantu manajemen merencanakan laba jangka pendek perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam perusahaan, diharapkan penelitian yang ditulis dapat bermanfaat bagi:

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan dari hasil penelitian ini sedikit banyak bisa memberikan kontribusi pemikiran yang selanjutnya dapat membantu manajemen dalam

perencanaan laba jangka pendek perusahaan.

2. Bagi Penulis

Melakukan penerapan terhadap teori-teori yang dipelajari pada saat kuliah dan dapat melakukan perbandingan dengan kenyataan yang terjadi di perusahaan, secara khusus mengenai peranan *cost-volume-profit analysis* dalam merencanakan laba jangka pendek perusahaan.

3. Bagi Pihak Lain

Diharapkan dapat menjadi referensi bagi pihak lain yang akan melakukan penelitian dengan topik yang serupa. Selain itu, diharapkan juga dapat menambah pengetahuan mengenai peranan *cost-volume-profit analysis* dalam merencanakan laba jangka pendek perusahaan.