

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia saat ini sudah semakin pesat dan menyebabkan persaingan yang sangat ketat antar perusahaan, dimana perusahaan tidak menghadapi pesaing lokal tetapi juga pesaing internasional. Persaingan perusahaan di lingkungan bisnis menuntut perusahaan untuk mendasarkan kebutuhan konsumen. Maka perusahaan perlu untuk menciptakan efektifitas dan efisiensi dalam mengelola perusahaan agar menjadi lebih baik lagi. Oleh sebab itu, perusahaan harus berupaya semaksimal mungkin dalam mencapai target penjualan agar tidak terjadi kerugian demi kelangsungan hidup perusahaan.

Tolak ukur yang menjadikan perusahaan berhasil adalah laba atau keuntungan perusahaan. Sedangkan manajemen yang baik adalah manajemen yang mampu menjalankan fungsinya, seperti : *Planning* (perencanaan), *Organizing* (pengorganisasian), *Motivating* (pemotivasian), *Controlling* (pengendalian), *Evaluating* (evaluasi) (Hasibuan, 2014:38). Karena jika fungsinya berjalan dengan benar maka tujuan perusahaan mencapai target yang ditetapkan akan berhasil.

Salah satu tujuan yang menjadi landasan suatu perusahaan adalah memaksimalkan target laba yang telah ditetapkan dengan perencanaan laba yang matang serta pengendalian biaya dengan mengidentifikasi biaya-biaya yang terdapat

dalam perusahaan. Untuk membuat perencanaan laba yang baik salah satu sasaran penting bagi organisasi yang berorientasi pada profit oriented adalah menghasilkan laba. Oleh karena itu jumlah laba yang dihasilkan dapat dipakai sebagai salah satu alat ukur efektivitas, karena laba adalah selisih antara pendapatan (yang merupakan ukuran keluaran) dan pengeluaran (yang merupakan ukuran masukan). Sedangkan menurut pendapat Harahap (2005:263) “Laba merupakan angka yang penting dalam laporan keuangan karena berbagai alasan antara lain: laba merupakan dasar dalam perhitungan pajak, pedoman dalam menentukan kebijakan investasi dan pengambilan keputusan, dasar dalam peramalan laba maupun kejadian ekonomi perusahaan lainnya di masa yang akan datang, dasar dalam perhitungan dan penilaian efisiensi dalam menjalankan perusahaan, serta sebagai dasar dalam penilaian prestasi atau kinerja perusahaan”.

Dasar dalam keberhasilan perencanaan adalah ketaatan dan kegairahan pelaksana terhadap perencanaan laba. Perencanaan laba bukan merupakan hal yang mudah, karena penerapannya harus didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan keadaan intern maupun ekstern perusahaan baik yang langsung maupun yang tidak langsung mempengaruhi penetapan laba itu sendiri. Menurut Machfoedz (2008:23) perencanaan laba adalah “sebuah penentuan terhadap tindakan yang akan dilakukan oleh manajemen dalam jangka waktu tertentu yang berhubungan dengan target laba yang ingin dicapai perusahaan”. Pendapat tersebut sejalan dengan pendapat Soepriyono (2002:331) yang menyatakan bahwa perencanaan laba (profit planning)

adalah “perencanaan yang digambarkan secara kuantitatif dalam keuangan dan ukuran kuantitatif lainnya. Didalamnya juga ditentukan tujuan laba yang dicapai oleh perusahaan”. Dalam kaitannya dengan perencanaan laba, salah satu indikator yang tidak boleh dikesampingkan adalah faktor biaya.

Biaya (cost) adalah kas atau setara dengan kas yang dikorbankan (dibayarkan) untuk barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat (pendapatan) pada saat ini atau mendatang bagi organisasi. Disebut setara kas (cash equivalent) karena sumber daya non kas dapat ditukarkan dengan barang atau jasa yang kehendaki. Biaya yang akan memberikan manfaat (benefit) hanya pada periode berjalan / sekarang (current periode) biasanya dicatat sebagai beban (expense). Menurut Hongren, Foster, and Datar (2005:28), “*Cost as a resource sacrificed or forgone to achieve a specific objective*”. Menurut pengertian ini, biaya yaitu sebagai sumber daya yang dikorbankan atau dikeluarkan untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan Mursyidi (2008:7) menyatakan bahwa cost adalah suatu pengorbanan yang dapat mengurangi kas atau harta lainnya untuk mencapai tujuan baik yang dibebankan pada saat ini maupun pada saat yang akan datang.

Definisi di atas memberikan pemahaman yang jelas bahwa cost merupakan sejumlah nilai yang dikorbankan untuk memperoleh barang atau jasa dimana pengorbanan tersebut diukur dengan berkurangnya harta atau bertambahnya kewajiban pada saat perolehan dalam satuan moneter (rupiah). Expense didefinisikan sebagai biaya yang telah memberikan manfaat dan ketika manfaat tersebut digunakan

cost yang memberikan manfaat di masa yang akan datang dicatat sebagai aktiva (asset) dan dicantumkan dalam neraca sedangkan cost yang telah memberikan manfaat dicatat sebagai expense dan dicantumkan dalam laoran laba rugi.

Metode Analisis *Cost-Volume-Profit* (biaya-volume-laba) termasuk salah satu alat ukur yang dapat digunakan. Yaitu dengan mempertimbangkan hubungan antara biaya dan keuntungan di satu sisi serta volume produksi disisi lain. Dengan keterkaitan antara biaya, volume penjualan dan harga diharapkan manajer dapat mengetahui dampak dari berbagai tingkat harga atau biaya terhadap laba, dampak pengurangan biaya tetap terhadap titik impas dan jumlah unit yang harus dijual untuk mencapai titik impas. Menurut Horgren, et al (2008), analisis biaya-volume-laba (*cost-volume-profit analysis/CVP*) menguji perilaku pendapatan total, biaya total, dan laba operasi ketika terjadi perubahan dalam tingkat output, harga jual, harga variabel per unit, atau biaya tetap produk.

Analisa CVP (*Cost-Volume-Profit*) berdampak besar terhadap perhitungan perolehan laba perusahaan. Dengan menggunakan laporan keuangan, baik itu total pendapatan perusahaan, total pengeluaran perusahaan yang berupa biaya produksi maupun total perolehan laba perusahaan dapat di analisa dan di ukur menggunakan metode CVP (*Cost-Volume-Profit*) tersebut. Maka yang dihasilkan dari analisa tersebut adalah berapa margin kontribusinya, berapa banyak penjualan atau laba boleh turun serta berapa target laba perusahaan agar mencapai titik impas pada suatu perusahaan. Menurut Elizabeth Esternorlita Worotitjan dan Hendrik Manosoh (2016),

dalam jurnal yang berjudul “Analisa *Cost-Volume-Profit* untuk Perencanaan Laba UD.Gunung Emas Manado” bahwa penurunan laba pada tahun 2014-2015 yang disebabkan oleh kenaikan biaya produksi yang terus meningkat. Sehingga dengan menggunakan metode CVP (*Cost-Volume-Profit*) dapat diketahui berapa perusahaan mengharuskan penjualan minimum agar tidak mengalami kerugian dan dapat mencapai target penjualan tahun 2016.

Pada perusahaan dengan produk yang dijual lebih dari satu jenis produk atau *mix product* maka metode analisis termasuk kategori *Cost-Volume-Profit* MultiProduk. Berdasarkan jurnal Mia Istiana Mokoginta, dkk (2018) yang berjudul “Analisa Biaya Volume Laba MultiProduk Untuk Perencanaan Laba Jangka Pendek Bijimerah Coffee dan Roastery” Yaitu dengan memisahkan perhitungan masing-masing produk sehingga menghasilkan jumlah biaya produksi margin kontribusi yang berbeda pula. Analisis multiproduk sebenarnya tidak jauh berbeda dengan analisis tunggal karena beban tetap langsung (*direct fixed expenses*) adalah biaya tetap yang dapat ditelusuri ke setiap produk dan akan hilang jika produk tersebut tidak ada. Biaya tetap umum adalah biaya tetap yang tidak dapat ditelusuri ke produk dan akan tetap muncul meskipun salah satu produk di eliminasi. Sebagai contoh perhitungan titik impas dengan mencari tahu banyaknya setiap model yang harus terjual untuk mencapai impas yaitu dengan menggunakan persamaan dimana biaya tetap dibagi margin kontribusi. Persamaan ini dikembangkan untuk analisis produk tunggal dan untuk terdapat dua margin kontribusi per unit, salah satu pemecahan adalah

menerapkan analisis secara terpisah ke setiap lini produk dengan cara itu, titik impas individu dapat diperoleh jika laba didefinisikan sebagai margin produk. Margin produk impas hanya menutupi biaya tetap yang bersifat langsung. Sementara itu, biaya tetap umum masih belum tertutupi. Titik impas perusahaan belum ada yang diidentifikasi secara keseluruhan. Bagaimanapun itu biaya tetap umum harus diperhitungkan dalam analisis. Pengalokasian biaya tetap umum ke setiap lini produk sebelum menghitung titik impas dapat mengatasi kesulitan ini. Permasalahan dalam pendekatan ini adalah alokasi biaya tetap umum yang bersifat acak. Jadi, tidak ada volume impas yang tampak secara langsung. Pemecahan lainnya adalah mengkonversikan masalah multiproduk menjadi masalah produk tunggal. Jika hal ini dapat dilakukan, maka seluruh metodologi CVP produk tunggal dapat diterapkan secara langsung. Kunci dari konversi ini adalah mengidentifikasi bauran penjualan yang diharapkan dalam unit dari produk yang dipasarkan.

CV Multi Jaya Perkasa adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang furniture interior yang salah satunya adalah menjual furniture berupa rak TV & Meja Kerja dan Lemari Pakaian. Untuk meningkatkan eksistensi perusahaan sehingga dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lainnya, maka diperlukan adanya pengelolaan atau perencanaan laba yang baik dalam mencapai target laba penjualan. Adapun diketahui pada tahun 2018 CV Jaya Multi Perkasa mengalami penurunan pada laba penjualan pada produk Rak TV & Meja Kerja dan Lemari Pakaian. Dengan data penjualan sebagai berikut :

Tabel 1
Tahun 2017

Penjualan Tahun 2017			
Produk	HPP	Penjualan	Laba Penjualan
Meja dan Rak TV	751,400,000	910,000,000	158,600,000
Lemari	647,809,500	760,500,000	112,690,500

Sumber Data : CV. Jaya Multi Perkasa

Tabel 2
Tahun 2018

Penjualan Tahun 2018			
Produk	HPP	Penjualan	Laba Penjualan
Meja dan RakTV	635,800,000	770,000,000	134,200,000
Lemari	724,550,000	838,500,000	113,950,000

Sumber Data : CV Jaya Multi Perkasa

Diketahui bahwa jumlah pendapatan CV Jaya Multi Perkasa pada tahun 2017 adalah sebesar Rp.760.500.000 dengan Harga Pokok Produksi Rp.647.809.500 pada produk lemari sedangkan Rp.910.000.000 dengan Harga Pokok Produksi Rp.751.400.000 pada produk Meja dan Rak Tv. Pada Tahun 2018 jumlah pendapatan untuk adalah sebesar Rp.838.500.000 dengan Harga Pokok Produksi Rp.724.550.000 sedangkan untuk Meja dan Rak Tv adalah sebesar Rp.770.000.000 dengan Harga Pokok Produksi sebesar Rp.635.800.000. Berdasarkan data penjualan yang terdapat di atas bahwa CV Jaya Multi Perkasa mengalami penurunan laba yang disebabkan oleh biaya produksi atau harga pokok produksi yang meningkat pada tahun 2018. Maka dari itu, pentingnya penggunaan Analisis Cost-Volume-Profit (CVP) agar

diharapkan dapat mengetahui sejauh mana laba boleh turun dan membantu menejer mengambil keputusan.

Meskipun tidak terlalu signifikan tetap saja ditakuti perusahaan akan berada dalam permasalahan jatuh dititik kerugian pada tahun berikutnya. Untuk mengantisipasi perusahaan agar tidak berada pada kerugian, maka penulis tertarik untuk meneliti masalah penurunan laba pada CV Multi Jaya Perkasa dengan menggunakan metode *Cost-Volume-Profit* (biaya-volume-laba). Berdasarkan uraian diatas, maka penulis akan mengambil judul “***Analisis Cost-Volume-Profit dalam perencanaan laba Pada CV. Jaya Multi Perkasa Palembang***” sebagai penelitian yang akan dijalani.

1.2. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini penulis mengidentifikasi masalah yaitu **Bagaimana Analisis Perhitungan *Cost-Volume-Profit* (Biaya-Volume-Laba) dalam Perencanaan Laba Pada CV Multi Jaya Perkasa tahun 2019 ?**

1.3. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis membatasi permasalahan hanya meneliti produk furniture interior Rak TV & Meja Kerja dan Lemari Pakaian pada CV. Jaya Multi Perkasa Palembang.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian yang hendak di capai adalah untuk mengetahui Perhitungan *Cost-Volume-Profit* (biaya-volume-laba) dalam Perencanaan Laba Pada CV Multi Jaya Perkasa tahun 2019.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Penelitian diharapkan dapat memberikan referensi tentang Perhitungan *Cost-Volume-Profit* (biaya-volume-laba) dalam Perencanaan Laba Pada CV Multi Jaya Perkasa

2. Bagi Peneliti

Sebagai aplikasi dan pengembangan terhadap teori-teori yang telah dipelajari di perkuliahan untuk dapat diterapkan pada permasalahan dalam dunia nyata yang berkaitan dengan masalah manajemen keuangan.

3. Bagi Pihak Lain

- Memberikan informasi guna menciptakan peningkatan kemampuan mengenai Perhitungan *Cost-Volume-Profit* (biaya-volume-laba) dalam Perencanaan Laba.
- Menjadi referensi dan sumber sarana dalam penelitian selanjutnya.

1.6. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai hal-hal yang di bahas dalam penulisan ini, maka sistematika penulisannya terdiri dari beberapa bab dan sub bab yang secara rinci adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan di bahas uraian mengenai Latar Belakang, Perumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab ini membahas tentang landasan teori dan penelitian terdahulu yang menjadi acuan dalam penulisan serta kerangka pemikiran.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan membahas tentang metode penelitian yaitu berhubungan dengan lokasi penelitian, teknik pengambilan atau pengumpulan data, jenis data dan metode analisis.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang gambaran umum organisasi yang terdiri dari sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi serta analisa dan pembahasan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab penutup dimana penulis akan membuat dan mengambil kesimpulan dari pembahasan sebelumnya dan mencoba untuk mengutarakan beberapa saran yang dapat dijadikan bahan masukan pada pihak perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

