

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada saat ini perekonomian di Negara Indonesia masih belum stabil, tentu hal ini mempengaruhi produktivitas perusahaan karena harga-harga bahan baku menjadi tidak hasil. Disamping itu perusahaan yang didirikan apapun bentuknya baik perusahaan kecil maupun perusahaan besar dalam kegiatan usahanya, mempunyai tujuan yang salah satunya adalah untuk mendapatkan laba. Laba diartikan sebagai selisih positif antara jumlah penghasilan dengan biaya yang dikorbankan. Sukses atau tidaknya suatu perusahaan dalam melaksanakan kegiatan umumnya diukur dari seberapa besar laba yang dicapai. Pencapaian tujuan tersebut akan lebih berhasil apabila ditunjang oleh kebijakan-kebijakan yang terarah dan penjualan produk yang baik. Karena dengan semakin banyak produk yang dijual, maka laba yang ditargetkan akan dapat tercapai.

Salah satu strategi yang diterapkan dalam merebut pasar konsumen dengan menentukan titik impas (*break event point*) yang ideal dan bersaing dengan perusahaan lain, sehingga mampu menghasilkan laba maksimal yang mampu menjamin kelangsungan hidup suatu perusahaan.

Pengendalian biaya memerlukan patokan atau pengelompokkan biaya yaitu biaya tetap dan biaya variabel sebagai dasar yang dipakai untuk tolok ukur pengendalian. Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tidak berubah dengan adanya perubahan volume kegiatan dalam kisaran (*range*) perubahan volume kegiatan tertentu. Biaya variabel adalah biaya yang berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Dalam akuntansi biaya untuk tujuan

pengendalian biaya, proses akuntansi disamping digunakan untuk mengumpulkan data biaya yang terjadi di masa lalu, juga digunakan untuk mengumpulkan biaya tetap dan biaya variabel, guna perhitungan selisih diantara keduanya. Informasi mengenai selisih antara biaya tetap dan biaya variabel dan biaya yang dikelompokkan tersebut digunakan sebagai dasar penentuan sebab-sebab terjadinya selisih. Informasi mengenai penyebab terjadinya selisih ini dapat dipakai untuk menilai kinerja perusahaan.

Salah satu perusahaan yang menerapkan strategi di atas adalah Perusahaan Kecap Cap Ayam Jago di Majalengka. Perusahaan ini memproduksi produk kecap manis, asin dan sedang yang dipasarkan di daerah Jawa Barat. Karena perusahaan menyadari penetapan biaya tetap dan biaya variabel dalam perusahaan sangat penting sehingga bila terjadi penyimpangan / selisih dapat segera dianalisis dan diambil tindakan perbaikan.

Penulis mengambil topik ini karena melihat banyaknya perusahaan yang bergerak dalam bidang yang sejenis. Hal ini membuat perusahaan yang bergerak dalam bidang ini saling bersaing dalam meningkatkan produksi dengan harga yang terjangkau, disamping kualitas yang bagus. Tujuan perusahaan pada umumnya yaitu memperoleh laba, besar kecilnya laba menjadi ukuran kesuksesan manajemen dalam mengelola perusahaannya, dan menekan biaya-biaya seminim mungkin dalam perencanaan laba yang ditargetkan sebagai manajemen yang sukses. Untuk menetapkan besarnya laba diperlukan informasi yang tepat tentang biaya dan penjualan. Melalui informasi inilah dapat disusun perencanaan laba suatu perusahaan.

Laba diperlukan untuk menjalankan operasi perusahaan dengan lancar serta memberikan peluang bagi perluasan usaha. Laba diperoleh apabila total pendapatan melebihi total biaya yang dikeluarkan. Besarnya laba dipengaruhi oleh

tiga faktor yaitu : total biaya yang dikeluarkan, total pendapatan yang diperoleh, dan harga jual produk. Ketiga faktor ini saling berkaitan erat satu sama lain karena biaya yang dikeluarkan akan menentukan harga jual dan faktor harga akan mempengaruhi total pendapatan dan pencapaian laba perusahaan.

Perencanaan laba yang dilakukan oleh suatu perusahaan mempunyai tujuan-tujuan sebagai berikut :

1. Sebagai tolak ukur dalam pencapaian laba.
2. Memudahkan pihak manajemen dalam mencapai tujuan perusahaan.
3. Memungkinkan pihak manajemen bekerja secara efektif dan efisien.

Dalam proses perencanaan laba diperlukan suatu analisis untuk menjelaskan hubungan antara total biaya, harga jual, dan tingkat penjualan yang ada menjadi suatu bentuk analisis yang berlaku umum. Salah satu bentuk dari analisis ini adalah dengan menggunakan analisis *Break Even point* yang sering pula disebut dengan titik impas untuk mengetahui penjualan minimum agar perusahaan tidak rugi.

Oleh karena itu manajemen harus menentukan titik impas agar dapat menghitung marjin pengaman (*Margin of Safety*) yang menunjukkan seberapa banyak penjualan bisa turun dari jumlah yang ditargetkan sebelum perusahaan mengalami kerugian.

Selain itu, agar dapat mencapai laba yang diinginkan, maka perusahaan harus memperhatikan volume penjualannya yang sangat dipengaruhi oleh harga jual produk tersebut. Oleh karena itu dalam penetapan harga jual produk, perusahaan harus mempertimbangkan tiga faktor utama yaitu : konsumen, pesaing, dan biaya.

Ketiga faktor utama di atas memiliki hubungan yang sangat erat dan dapat menunjang analisis *Break Even point* untuk membantu manajemen dalam

pelaksanaan kebijakan penjualan sehingga perencanaan laba perusahaan dapat berhasil.

Dari uraian di atas, penulis memandang pentingnya analisis *Break Even point* bagi manajemen dalam menunjang perencanaan laba. Oleh karenanya timbul minat penulis untuk melakukan penelitian mengenai hal tersebut dalam bentuk skripsi dengan judul **“HUBUNGAN ANALISIS BREAK EVEN POINT DENGAN PERENCANAAN LABA PADA PT X”**. (Studi Kasus pada Perusahaan Kecap Cap Ayam Jago di Majalengka).

1.2 Identifikasi Masalah

Sehubungan dengan uraian tersebut diatas, penulis mengidentifikasi masalah yang berkenaan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah perusahaan Kecap Cap Ayam Jago telah melakukan penggolongan biaya menjadi biaya tetap dan biaya variabel
2. Bagaimana pemahaman dan penerapan analisis *Break Even point* pada perusahaan Kecap Cap Ayam Jago
3. Sejauh mana peranan analisis *Break Even point* dapat membantu manajemen dalam merencanakan labanya.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud diadakannya penelitian ini adalah untuk mengumpulkan data-data mengenai Biaya Standar yang sejauh mana mampu mengendalikan biaya produksi untuk meningkatkan produktivitas perusahaan.

Berdasarkan identifikasi masalah yang diungkapkan diatas, tujuan dari penelitian yang penulis lakukan adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui apakah perusahaan Kecap Cap Ayam Jago telah melakukan penggolongan biaya-biaya menjadi biaya tetap dan biaya variabel.
2. Mengetahui pemahaman dan penerapan analisis *Break Even point* pada perusahaan Kecap Cap Ayam Jago
3. Mengetahui besarnya manfaat yang diperoleh perusahaan dengan menggunakan analisis *Break Even point* dalam hal perencanaan labanya.

1.4. Manfaat Penelitian

Penulis mengharapkan hasil penelitian ini dengan harapan bahwa penelitian ini dapat bermanfaat sebagai :

1. Bagi penulis

Untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Widyatama Bandung.

2. Bagi perusahaan

Dari hasil penelitian dapat diperoleh data yang relatif objektif. Sehingga dapat ditarik kesimpulan dan saran yang diharapkan dapat membantu kegiatan operasional perusahaan Kecap Cap Ayam Jago dan dapat memberikan informasi kepada pihak manajemen sebagai suatu bahan pertimbangan dalam mengambil langkah langkah perbaikan dan pengembangan usaha.

3. Bagi pihak lain

Hasil dari penelitian ini semoga dapat menambah pengetahuan bagi pihak-pihak yang berkepentingan khususnya atas aktivitas penjualan.

1.5 Kerangka Pemikiran

Salah satu syarat agar perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya adalah perusahaan harus dapat menghasilkan laba. Laba merupakan tujuan penting setiap perusahaan karena dengan laba yang memadai perusahaan akan tetap dapat meneruskan kegiatan operasi perusahaan, mengadakan ekspansi, meningkatkan nilai saham perusahaan, dan sebagainya. Laba ini merupakan selisih dari penghasilan penjualan dengan semua biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Oleh karena itu, perencanaan terhadap laba harus selalu dipantau dengan baik serta dengan perhitungan yang teliti.

Hal-hal yang dapat dilakukan oleh perusahaan Kecap Cap Ayam Jago dalam usahanya untuk meningkatkan laba misalnya dengan :

1. Meningkatkan efisiensi dan efektivitas perusahaan.
2. Memperbaiki strategi pemasaran.
3. Memperbaiki pengambilan keputusan.

Laba perusahaan sangat dipengaruhi oleh harga jual produk, volume penjualan, dan unsur biaya (biaya tetap maupun biaya variabel). Salah satu alat yang paling tepat dalam melakukan perencanaan laba adalah analisis *Break Even Point*, karena pada analisis *Break Even Point* terdapat pengaruh hubungan antara biaya, volume penjualan, dan keuntungan.

Menurut **Mulyadi (2001;232)** definisikan BEP sebagai berikut :

“ Suatu titik dimana perusahaan tidak memperoleh laba ataupun menderita rugi pada titik pulang pokok ini, biaya dan pendapatan sama besarnya”.

Sedangkan penjelasan mengenai Analisis *Break Even* berikut adalah menurut pendapat Jumingan (2005;183) :

“Suatu tehnik analisa untuk mengetahui hubungan antara volume produksi, volume penjualan, harga jual, biaya produksi, biaya lainnya baik yang bersifat tetap maupun variable.oleh karena itu, analisis titik impas ini sering disebut cost-volume-profit analysis”.

Bila digunakan secara tepat, maka analisis *Break Even* ini dapat sangat membantu manajemen di dalam pengambilan keputusan. analisis *Break Even* ini memberi pandangan menyeluruh mengenai biaya dan penjualan, dan memberi petunjuk mengenai kemungkinan perubahan dalam strategi manajemen.

Dengan menggunakan analisis *Break Even*, diharapkan perusahaan akan bisa menentukan berapa tingkat penjualan yang harus dilakukan agar perusahaan bisa memperoleh laba sebesar yang diinginkan perusahaan. Dengan demikian perusahaan akan tetap bisa mempertahankan kontinuitas usahanya di masa yang akan datang.

1.6 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka penulis merumuskan hipotesa sebagai berikut : bahwa dengan menggunakan metode brek even point dalam menghasilkan laba yang di dapat di harapkan oleh perusahaan.

1.7 Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif analitis, yaitu metode yang mengumpulkan, menyajikan serta menganalisis data sehingga dapat memberikan gambaran yang cukup jelas atas obyek yang teliti.

Data yang digunakan merupakan data :

1. Data Primer

Yaitu data yang diperoleh secara langsung dari perusahaan yang dijadikan obyek penelitian.

2. Data sekunder

Yaitu data yang diperoleh dari studi literatur, dengan mempelajari buku buku literatur serta majalah yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Informasi yang diperoleh melalui studi literatur ini akan dipergunakan sebagai dasar pemikiran teoritis dalam melihat dan membahas kenyataan yang ditemukan dari hasil penelitian lapangan.

Sedangkan tehnik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian lapangan adalah:

1. Observasi atau pengamatan terhadap pelaksanaan aktivitas penjualan.
2. Wawancara (interview) dengan pihak pihak yang berwenang maupun dengan para karyawan mengenai hal hal yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.
3. Pengumpulan dan penelitian dokumen dokumen perusahaan yang diperlukan dengan berkenaan dengan kegiatan penjualan.
4. Pengisian kuesioner untuk mendeteksi dimana terdapat masalah yang memerlukan tindak lanjut.

1.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. X yang berlokasi di kota Majalengka. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Maret 2007 sampai dengan selesai.

