

**Penerapan analisis biaya – volume – laba untuk perencanaan laba
pada perusahaan batik merak manis Surakarta tahun 2008**

Oleh :

Zumaroh

NIM K7405122

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan pada intinya adalah kesatuan dari sebuah unit usaha yang memiliki tujuan. Banyak unsur yang terlibat didalamnya dan dapat digolongkan pada empat unsur besar, yakni alam, tenaga kerja, modal dan keahlian (*skill*). Keempat unsur inilah yang bekerja sama berusaha mencapai apa yang menjadi tujuan perusahaan. Secara umum, tujuan perusahaan adalah untuk mempertahankan kelangsungan hidup, berkembang dan memperoleh laba. Suatu perusahaan dikatakan berhasil dalam operasinya jika tujuan tersebut dapat tercapai.

Pada umumnya, berhasil tidaknya suatu perusahaan ditandai dengan kemampuan manajemen dalam melihat kemungkinan dan kesempatan di masa yang akan datang, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Oleh karena itu, adalah tugas manajemen untuk merencanakan masa depan perusahaannya agar sedapat mungkin semua kemungkinan dan kesempatan di masa yang akan datang telah disadari dan telah direncanakan cara menghadapinya sejak sekarang. Perencanaan pada dasarnya merupakan kegiatan membentuk masa depan sekarang. Kegiatan pokok manajemen dalam perencanaan perusahaan adalah memutuskan sekarang berbagai alternatif dan perumusan kebijakan yang akan dilaksanakan di masa yang akan datang.

Ukuran yang seringkali dipakai untuk menilai berhasil atau tidaknya manajemen suatu perusahaan adalah laba yang diperoleh perusahaan. Faktor-

faktor yang mempengaruhi besar kecilnya laba adalah volume penjualan produk, harga jual produk serta biaya produksi yang terdiri atas biaya tetap dan biaya variabel. Faktor-faktor tersebut saling berhubungan dimana biaya menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang dikehendaki, harga jual mempengaruhi volume penjualan, sedangkan volume penjualan langsung mempengaruhi volume produksi dan volume produksi mempengaruhi biaya (Mulyadi, 2001: 223). Faktor-faktor tersebut juga memegang peranan penting dalam pengambilan keputusan dan perumusan kebijakan perusahaan di masa yang akan datang.

Dalam rangka untuk mencapai laba yang diharapkan, manajemen perusahaan harus melakukan usaha-usaha tertentu, salah satunya adalah dengan perencanaan laba. Perencanaan laba disusun agar kemampuan perusahaan dapat dikerahkan secara terkoordinasi dalam mencapai tujuan perusahaan. Perencanaan laba berfungsi sebagai pedoman dalam melaksanakan kegiatan perusahaan, misalnya berapa kapasitas produksi yang harus dicapai pada kurun waktu tertentu, harga jual yang ditetapkan. Selain itu perencanaan laba juga berfungsi sebagai ukuran keberhasilan kegiatan perusahaan, yaitu bila perusahaan dapat mencapai laba yang diharapkan atau direncanakan berarti perusahaan berhasil melaksanakan kegiatannya dengan baik. Tanpa perencanaan laba yang baik tidak menutup kemungkinan bahwa perusahaan tetap menderita kerugian atau mendapat laba yang kurang optimal setelah menjual produknya. Perencanaan laba yang baik dapat memberikan gambaran yang cukup realistis mengenai besarnya biaya, jumlah penjualan dan besarnya produksi untuk memperoleh laba yang diinginkan.

Salah satu analisis yang bisa digunakan untuk melakukan perencanaan laba adalah analisis biaya-volume-laba. Analisis ini mengkaitkan ketiga faktor yang mempengaruhi besar kecilnya laba, yaitu biaya, volume penjualan, dan harga jual. Analisis biaya-volume-laba ini sering digunakan untuk merencanakan masa depan tingkat beroperasi dan aktivitas perusahaan dengan menyediakan informasi tentang produk atau jasa apa yang akan diprioritaskan, volume penjualan yang diperlukan untuk mencapai suatu tingkat laba direncanakan, jumlah pendapatan yang harus dicapai untuk menghindari kerugian, hal-hal yang

berhubungan untuk meningkatkan biaya-biaya tetap, banyaknya biaya yang dianggarkan untuk kebebasan pembelanjaan.

Analisis biaya-volume-laba merupakan alat yang tepat untuk perencanaan laba jangka pendek. Melalui analisis ini rencana penjualan maupun biaya dapat dihubungkan secara langsung bagaimana pengaruhnya terhadap tingkat laba perusahaan. Sehingga melalui analisis biaya-volume-laba dapat diketahui bagaimanakah pengaruh perubahan biaya produksi terhadap volume penjualan maupun terhadap laba perusahaan, dan sebaliknya berapakah volume penjualan yang harus dicapai dan bagaimana perilaku pengendalian biaya yang tepat agar dapat mencapai target laba yang diinginkan oleh perusahaan. Selain itu, dalam analisis biaya-volume-laba memungkinkan adanya *sales mix* (bauran penjualan). *Sales mix* ini merupakan salah satu strategi perusahaan dalam mengkombinasikan produk-produknya dan memasarkannya dalam bentuk paket agar dapat memperoleh laba yang optimal. Oleh karena itu, dalam melakukan *sales mix* perusahaan harus menentukan komposisi penjualan produk dengan tepat.

Perusahaan Batik Merak Manis merupakan perusahaan perseorangan yang sering disebut *home industry*. Perusahaan ini dipimpin oleh Bapak Bambang Slameto yang juga merupakan pemilik perusahaan. Perusahaan ini memproduksi dan menjual produk batik baik batik cap, batik printing maupun batik tulis. Untuk menjaga hubungan baik dengan konsumen, Batik Merak Manis mempunyai *show room* sebagai tempat transaksi sekaligus tempat pameran hasil produksi yang telah dihasilkan. Proses produksi Batik Merak Manis dilakukan pada lahan seluas 2000m yang juga merupakan tempat tinggal pemiliknya.

Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan penulis, dapat diinformasikan bahwa dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, perusahaan menghadapi berbagai masalah yang menyangkut masalah produksi, pendanaan, pemasaran, dan lain-lain. Dalam masalah produksi, perusahaan dituntut untuk mengadakan inovasi baru dalam hal desain produk agar hasil produksi dari pabrik yang berupa kain batik, tidak hanya mengikuti perkembangan mode dan diminati konsumen, tetapi dapat juga digunakan sebagai *trade mark* atau ciri khas bagi perusahaan.

Dalam hal pendanaan, perusahaan kurang melakukan upaya yang maksimal untuk memperoleh sumber dana guna memperluas usahanya. Hal ini dikarenakan saat ini kapasitas produksi optimal telah tercapai. Pada masalah pemasaran, perusahaan dituntut untuk melakukan usaha-usaha pengenalan produk kepada masyarakat dan perluasan daerah pemasaran agar dapat mencapai target penjualan yang sudah ditetapkan. Usaha-usaha yang harus dilakukan oleh perusahaan antara lain mengadakan kegiatan promosi dengan cara mengikuti berbagai pameran batik yang diadakan di kota Surakarta dan sekitarnya. Selain itu, perusahaan harus selalu menjaga dan meningkatkan mutu produk untuk kepuasan pelanggan.

Untuk dapat merealisasikan apa yang ingin dicapai, perusahaan sebaiknya membuat perencanaan-perencanaan terhadap seluruh kegiatan operasionalnya yang hendak dijalankan. Ini dimaksudkan agar segala aktivitas yang akan dilakukan perusahaan sudah terkonsep dengan baik dan mudah merealisasikannya.

Hal yang erat kaitannya dengan perencanaan yang baik adalah penetapan tujuan yang ingin dicapai, sehingga tujuan perusahaan merupakan suatu sasaran atau hasil akhir. Dalam menetapkan tujuan yang ingin dicapai, banyak perusahaan yang menekankan pada kebutuhan akan tercapainya laba. Begitu juga dengan Perusahaan Batik Merak Manis. Untuk merealisasikan keinginan mencapai laba optimal, Perusahaan Batik Merak Manis telah melakukan perencanaan laba. Dalam perencanaan labanya, laba hanya ditentukan berdasarkan persentase tertentu dari selisih biaya produksi dengan harga jual produk. Berdasarkan perencanaan tersebut, laba yang diperoleh dirasa belum optimal.

Dalam penelitian ini, penulis mencoba menerapkan analisis biaya-volume-laba sebagai alat bantu perencanaan laba di Perusahaan Batik Merak Manis. Hal ini bertujuan untuk mengetahui apakah dengan menggunakan analisis biaya-volume-laba, tingkat laba perusahaan akan dapat dioptimalkan atau tidak.

Berdasarkan hal tersebut di atas, penulis melakukan penelitian pada Perusahaan Batik Merak Manis Surakarta dengan memilih judul : **“Penerapan**

Analisis Biaya-Volume-Laba untuk Perencanaan Laba pada Perusahaan Batik Merak Manis Surakarta Tahun 2008.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis uraikan di atas, permasalahan yang ada pada Perusahaan Batik Merak Manis Surakarta adalah sebagai berikut:

1. Pihak manajemen Perusahaan Batik Merak Manis belum melakukan inovasi-inovasi baru dalam hal desain produk. Produk yang dibuat hanya mengikuti perkembangan mode dalam rangka mengimbangi permintaan pasar, tetapi tidak membuat desain khusus untuk *trade mark* atau ciri khas bagi perusahaan.
2. Dalam upaya memperoleh sumber pendanaan untuk kegiatan operasionalnya, perusahaan belum melakukan usaha maksimal.
3. Dalam perencanaan labanya, perusahaan belum menerapkan suatu analisis yang dapat menghubungkan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat laba sehingga laba yang diperoleh belum optimal.
4. Pihak manajemen perusahaan belum melakukan komposisi *sales mix* (bauran penjualan) yang tepat agar dapat mencapai target laba yang yang paling optimal.

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian ini dimaksudkan agar dalam pembahasan masalah lebih terarah dan tidak menimbulkan kesalahan dalam penafsiran.

Berdasarkan identifikasi masalah yang diuraikan di atas, maka ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada identifikasi masalah yang ketiga dan keempat, yaitu mengenai penerapan analisis biaya-volume-laba untuk perencanaan laba dan menentukan komposisi *sales mix* yang tepat agar dapat mencapai target laba yang diinginkan.

D. Perumusan Masalah

Agar masalah dalam suatu penelitian dapat terjawab dengan baik, maka harus dirumuskan dengan jelas. Sesuai dengan pendapat Suharsimi Arikunto (2002: 22) “Agar dalam penelitian dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya, maka penulis harus merumuskan masalahnya sehingga jelas dari mana harus mulai, dan kemana harus pergi dan dengan apa”.

Berdasarkan pada identifikasi masalah dan pembatasan masalah di atas, maka penulis memberikan perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan analisis biaya-volume-laba di Perusahaan Batik Merak Manis Surakarta dalam rangka perencanaan laba?
2. Bagaimana penerapan analisis biaya-volume-laba dalam menentukan komposisi *sales mix* (bauran penjualan) yang tepat sehingga dapat memberikan kontribusi laba yang optimal bagi Perusahaan Batik Merak Manis Surakarta?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian menurut Suharsimi Arikunto (2002: 51) adalah “Rumusan kalimat yang menunjukkan adanya sesuatu hal yang diperoleh setelah penelitian selesai”. Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan oleh penulis, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui penerapan analisis biaya-volume-laba di Perusahaan Batik Merak Manis dalam rangka perencanaan laba.

2. Untuk mengetahui penerapan analisis biaya-volume-laba dalam menentukan komposisi *sales mix* (bauran penjualan) yang tepat sehingga dapat memberikan kontribusi laba yang optimal bagi Perusahaan Batik Merak Manis Surakarta.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Memberikan sumbangan pemikiran bagi ilmu pengetahuan, teknologi dan seni tentang bagaimana caranya melakukan perencanaan laba dengan menggunakan analisis biaya-volume-laba.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak manajemen perusahaan dalam proses perencanaan laba dimasa yang akan datang.

b. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai praktek dalam penerapan ilmu yang telah diperoleh selama mengikuti perkuliahan, terutama mengenai mata kuliah Akuntansi Manajemen.

c. Bagi Pembaca

Sebagai referensi bacaan guna memperdalam pengetahuan mengenai perencanaan laba.