

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya manusia melakukan kegiatan bisnis untuk memenuhi kebutuhannya. Kegiatan ini dimulai dengan melakukan sebuah usaha atau mendirikan sebuah perusahaan. Perusahaan didirikan dengan maksud mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Semakin ketatnya persaingan antar perusahaan mengakibatkan para pengusaha terpacu untuk mengelola perusahaan lebih efektif dan efisien. Dengan demikian, untuk dapat menghadapi persaingan tersebut dan demi mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, maka pihak manajemen perusahaan tersebut perlu berupaya semaksimal mungkin agar tidak mengalami kerugian.

Faktor yang harus diperhatikan dalam pengelolaan manajemen perusahaan yaitu berhasil tidaknya suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuan manajer dalam mengelola perusahaan yang dipimpinnya tersebut. keberhasilan manajer dalam memimpin sebuah perusahaan dapat diukur dari laba yang dihasilkan selama periode tertentu. Manajer juga dituntut untuk dapat melihat kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi maupun peluang-peluang yang ada dimasa yang akan datang, jangka pendek maupun panjang.

Perkembangan perekonomian bangsa Indonesia begitu banyak para pelaku bisnis yang membuka usaha yang sama, sehingga hal itu akan berdampak pada tingkat persaingan antar usaha semakin ketat. Oleh karena itu setiap perusahaan harus memiliki manajemen yang baik dalam mengatur perusahaan selain dituntut

dapat efektif dan efisien dalam mengkoordinasikan seluruh sumber daya yang dimiliki, pihak manajemen juga dituntut untuk menghasilkan ide-ide yang berpengaruh besar dalam mencapai tujuan perusahaan serta mempercepat perkembangan perusahaan. Manajemen memerlukan suatu perencanaan untuk perusahaan dalam mencapai tujuannya tersebut, sehingga untuk mencapai laba yang telah ditetapkan oleh perusahaan, pihak manajemen harus menyusun perencanaan laba agar sumber daya yang ada dalam perusahaan dapat diarahkan secara terorganisir dan terkendali. Perencanaan laba merupakan langkah-langkah yang akan ditempuh perusahaan untuk mencapai target laba yang diinginkan

Ukuran yang sering dipakai untuk menilai sukses tidaknya manajemen suatu perusahaan adalah laba yang diperoleh perusahaan. Sedangkan laba terutama dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu harga jual produk, biaya, dan volume penjualan. Biaya menentukan harga jual untuk mempengaruhi volume penjualan, sedangkan penjualan langsung mempengaruhi volume produksi dan volume produksi mempengaruhi biaya. Tiga factor itu saling berkaitan satu sama lain. Oleh karena itu dalam perencanaan, hubungan antara biaya, volume dan laba memegang peranan yang sangat penting.

Perencanaan yang baik dapat membantu dalam penaksiran tingkat laba yang akan diperoleh satuan unit bisnis, sehingga laba yang diperoleh bisa optimal. Untuk mencapai laba yang optimal para manager dapat menggunakan langkah-langkah berikut:

1. Menekan biaya operasional serendah mungkin dengan mempertahankan tingkat harga dan volume penjualan yang ada .

2. Menentukan tingkat harga jual sedemikian rupa sesuai dengan laba yang dikehendaki.
3. Meningkatkan volume penjualan sebesar mungkin.

Perlu diingat bahwa ketiga hal tersebut saling berkaitan dalam menentukan dan merumuskan suatu kebijakan perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga tidak bisa dilakukan secara terpisah. Salah satu tujuan dari suatu satuan unit bisnis adalah untuk memperoleh laba yang optimal sehingga salah satu perencanaan yang dibuat oleh pihak manajemen adalah perencanaan laba. Perencanaan laba tersebut memuat langkah-langkah yang harus ditempuh satuan unit bisnis untuk mencapai besarnya target laba yang diinginkan. Karna laba merupakan selisih antara pendapatan yang diterima (hasil penjualan) dengan biaya yang dikeluarkan. Dengan demikian perencanaan laba dipengaruhi oleh perencanaan penjualan (estimasi penjual) dan perencanaan biaya (estimasi biaya). Dalam menyusun perencanaan laba agar efektif, diperlukan metode berupa analisis *cost-volume-profit (CVP)*.

Peneliti menggunakan Analisis biaya volume laba (*cost-volume-profit/CVP*) untuk membantu perencanaan laba seperti yang dijelaskan sebelumnya. Analisis CVP yaitu alat yang berguna untuk perencanaan dan pengambilan keputusan, karena analisis CVP menekankan pada keterkaitan antara biaya, jumlah yang dijual dan harga. Analisis biaya volume laba tersebut nanti akan menghasilkan nilai titik impas (*break event point atau BEP*), nilai *contribusi margin*(CM) dan nilai *margin of safety* (MOS).

Analisis biaya-volume-laba (*cost-volume-profit/CVP*) yang penting adalah titik impas (*Break Event Point Analysis*) analisis *Break Event Point* adalah metode analisis untuk mengetahui pada tingkat penjualan berapakah suatu perusahaan tidak memperoleh laba dan juga tidak mengalami kerugian (yang berarti laba sama dengan nol dengan melakukan analisis *Break Event Point*, manajemen akan memperoleh informasi tingkat penjualan minimum yang harus di capai, agar tidak mengalami kerugian. Dari analisis tersebut, juga dapat diketahui sampai berapa jauh volume penjualan yang di rencanakan boleh turun, agar satuan unit bisnis tidak mengalami kerugian. Oleh karena itu, analisis *Break Event Point* merupakan alat yang efektif dalam menyajikan informasi manajemen untuk keperluan perencanaan laba sehingga manajer dapat memilih berbagai usulan kegiatan yang akan memberikan kontribusi terhadap pencapaian laba di masa yang akan datang.

Fadel Art Advertising adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang periklanan dikota poso dituntut untuk dapat bersaing dan melihat setiap peluang pasar dari para pesaing bisnis yang homogen ditengah pertumbuhan masyarakat kota poso yang memerlukan media periklanan untuk menjalankan bisnisnya. Oleh sebab itu pihak manajemen sebaiknya mengantisipasi dengan mulai menganalisis dan melakukan perencanaan laba perusahaan agar tetap bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin pesat ini. Hal ini menjadi penting bagi perusahaan dikarenakan selama ini perusahaan belum melakukan perencanaan laba dalam proses produksinya.

Melihat begitu strategisnya peluang bisnis ini, Fadel Art Advertising dituntut untuk menghasilkan dan memasarkan berbagai produk yang terdapat pada

perusahaan tersebut secara komunikatif dan menarik bagi konsumen yang memerlukannya. Didukung oleh 3 orang tenaga kerja dan pemilik perusahaan, Fadel Art Advertising terus berproduksi memenuhi kebutuhan konsumen yang membutuhkan produk periklanan yang mereka hasilkan. Pada tahun 2017 total penjualan Fadel Art Advertising adalah sebesar Rp.152.560.000 dan pada tahun 2018 mengalami penurunan, total penjualan pada tahun 2018 sebesar Rp.148.825.000, dan pada tahun 2019 total penjualan mengalami peningkatan yaitu sebesar Rp.156.495.000.

Oleh karena itu analisis Biaya-Volume-Laba (*Cost Volume Profit*) merupakan alat yang efektif dalam menyajikan informasi manajemen untuk keperluan perencanaan laba pada Fadel Art Advertising sebagai pertimbangan manajemen dalam pemilihan alternatif dan perumusan kebijakan mengenai laba dimasa yang akan datang. Adanya kesediaan penyediaan data-data yang diperlukan dalam penelitian ini dan lokasi perusahaan yang mudah diakses menjadi daya tarik tersendiri bagi penulis untuk menjadikan Fadel Art Advertising sebagai objek dalam penelitian yang berjudul “Perencanaan Laba Pada Fadel Art Advertising”.

1.2. Rumusan Masalah

- 1.2.1. Berapa tingkat penjualan minimal Fadel Art Advertising agar tidak mengalami kerugian?
- 1.2.2. Bagaimana merencanakan laba dengan menggunakan analisis biaya-volume-laba pada Fadel Art Advertising?

- 1.2.3. Berapa batas keamanan produksi Fadel Art Advertising agar tidak menderita kerugian?

1.3. Tujuan Penelitian

- 1.3.1. Untuk mengetahui tingkat penjualan minimal perusahaan (*break even point*) agar tidak mengalami kerugian.
- 1.3.2. Untuk merencanakan laba perusahaan dengan menggunakan analisis hubungan biaya-volume-laba.
- 1.3.3. Untuk mengetahui batas keamanan produksi (*margin of safety*) Fadel Art Advertising agar tidak menderita kerugian.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Bagi perusahaan

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi manajemen dalam merencanakan laba perusahaan dimasa yang akan datang dengan menggunakan analisis biaya-volume-laba.

1.4.2. Bagi peneliti

1. Sebagai wadah dalam mengimplementasikan ilmu yang telah diperoleh selama melakukan perkuliahan dibangku kuliah khususnya yang berkaitan dengan analisis biaya-volume-laba.
2. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Strata Satu (S-1) pada program studi manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sintuwu Maroso Poso.

1.4.3. Bagi pembaca

Sebagai tambahan pengetahuan khususnya mengenai perencanaan laba menggunakan metode biaya-volume-laba dan sebagai bahan bagi penelitian selanjutnya.

