

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan usaha saat ini sangat mengalami persaingan yang cukup pesat. Hal ini tentunya menuntut setiap usaha dari skala kecil atau besar mampu menghadapi persaingan tersebut. Terutama untuk jenis usaha *coffee shop* sekarang ini menjadi tempat yang paling digemari dengan kalangan anak muda untuk bertemu dengan teman, mengerjakan tugas, dan meeting. Banyak usaha *coffee shop* pada saat ini bersaing, terutama pada usaha yang memproduksi produk dengan jenis yang sama. Hal tersebut memicu ancaman yang harus ditindaklanjuti karena akan mempengaruhi secara langsung pada usaha yang kita jalani, mengingat penjualan dari suatu produk yang dihasilkan adalah sumber pendapatan utama bagi setiap *coffee shop*. Untuk mengatasi hal tersebut usaha *coffee shop* tentunya memiliki kebijakan, metode, dan kualitas produk untuk dapat mempertahankan pelanggan dan meningkatkan keuntungan sesuai dengan target yang sudah ditetapkan.

Keuntungan adalah hal utama yang diinginkan setiap suatu usaha yang sudah dibentuk. Namun, masing-masing usaha memiliki strategi dan metode sendiri untuk mendapatkan keuntungan maksimal. *Coffee shop* yang berkembang dengan baik pasti diiringi dengan semakin kompleks persaingan dipasar maka dari itu setiap usaha dituntut lebih efisien dan efektif dalam melakukan metode yang diterapkan agar suatu usaha memiliki kualitas yang baik sehingga memiliki daya jual bagi setiap pelanggan yang datang. Namun selain harus memiliki kualitas yang baik bagi pelanggan, *coffee shop* harus mengetahui perhitungan biaya pada suatu usaha yang diberikan harus melakukan perhitungan yang tepat.

Dalam memperhitungkan unsur – unsur biaya ke dalam biaya produksi terdapat dua pendekatan yaitu biaya variabel (*variable cost*) dan biaya tetap (*fixed cost*). *Variable cost* ialah biaya yang secara total berubah sebanding dengan aktivitas atau volume produksi. Bahan langsung, tenaga kerja langsung, serta biaya “overhead” variabel dapat digolongkan sebagai biaya variabel, sedangkan *fixed cost* adalah biaya tidak berubah dan tidak tergantung dengan volume produksi. Biaya variabel maupun biaya tetap merupakan biaya produksi yang berpengaruh terhadap laba perusahaan. Dalam hal ini laba ialah tujuan utama dari perusahaan karena laba secara sederhana ialah selisih antara pendapatan yang diterima (dari hasil penjualan) dengan biaya yang dikeluarkan, maka perencanaan laba ditentukan oleh perencanaan penjualan dan perencanaan biaya.

Perencanaan laba memerlukan alat bantu berupa analisis biaya volume-laba. Salah satu teknik analisis biaya-volume laba adalah analisis *break even point*. Dengan kata lain suatu usaha dikatakan impas jika jumlah pendapatan sama dengan jumlah biaya, atau laba kontribusi dalam penentuan harga pokok variabel hanya dapat digunakan untuk menutup biaya variabel saja. Analisis *break even point* adalah suatu cara untuk mengetahui berapa volume penjualan minimum agar perusahaan tidak menderita rugi, tetapi juga belum memperoleh laba (dengan kata lain labanya sama dengan nol).

Dengan melakukan analisis *break even point*, manajemen akan memperoleh informasi tingkat penjualan minimal yang harus dicapai agar tidak mengalami kerugian. Dari analisis tersebut, juga dapat diketahui banyaknya *Cup* penjualan yang direncanakan boleh turun, agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Analisis *break even point* menyajikan

informasi hubungan biaya, volume dan laba kepada manajemen sehingga memudahkan dalam menganalisis faktor yang mempengaruhi pencapaian laba perusahaan dimasa yang akan datang.

Koppitomi merupakan suatu usaha yang bergerak dibidang kuliner dengan konsep coffee music and books. Konsep music and books tersebut menjelaskan dengan menikmati satu cangkir kopi disana kita dapat mendengarkan music atau membaca beberapa buku yang disediakan pada Koppitomi Coffee. Koppitomi Coffee sekarang memiliki 3 cabang yaitu yang pertama berada di J.City, J-Square E29, Medan Johor, yang kedua berada di Stella Residence 3B, Setia budi, dan yang ketiga berada di jalan negara Sei Rampah. Koppitomi tidak hanya menjual berbagai macam jenis coffee, tetapi mereka juga menjual berbagai macam jenis makanan berat maupun ringan.

Pada bulan Januari-Maret 2022 Koppitomi sendiri mengalami peningkatan dalam penjualan namun pada bulan April-Mei 2022 mereka mengalami penurunan penjualan. Hal tersebut membuat pendapatan pada Koppitomi tidak stabil sama dengan biaya aktivitas dan volume produksi yang dikeluarkan, maka sangat penting bagi Koppitomi untuk melakukan perhitungan biaya variabel dalam penentuan titik impas (break even point) sebagai alat ukur yang dapat membantu dalam perencanaan laba maupun target laba yang sudah ditetapkan.

Berdasarkan paparan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Desain Variable Costing Dalam Perencanaan Laba Pada Koppitomi Coffee”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana desain *variable costing* dalam perencanaan laba pada Koppitomi *Coffee*?

1.3. Tujuan TA

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendesain *variable costing* dalam perencanaan laba pada Koppitomi *Coffee*.

1.4. Kontribusi/ Manfaat TA

Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai kajian pertimbangan untuk usaha coffee shop agar dapat mengetahui bagaimana desain variabel costing dalam perencanaan laba sehingga bisa mengetahui informasi tingkat penjualan yang harus dicapai agar tidak mengalami kerugian.