

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dunia usaha dihadapkan pada berbagai tantangan dan rintangan. Salah satunya ialah tingkat kompetisi antar pelaku usaha, baik yang sejenis maupun tidak sejenis. Oleh karena itu, perusahaan harus melakukan perencanaan laba agar laba yang diperoleh dapat mencapai titik optimal. Perencanaan merupakan salah satu faktor penting bagi perusahaan agar perusahaan dapat mencapai tujuannya. Tujuan perusahaan adalah meningkatkan kesejahteraan pemegang saham. Kesejahteraan tersebut salah satunya dapat diraih dengan perolehan laba di setiap periodenya. Perolehan laba ditentukan oleh penjualan produk atau jasa suatu perusahaan. Penentuan harga jual produk sangat mempengaruhi volume penjualan, volume penjualan akan mempengaruhi jumlah produksi, juga mempengaruhi biaya produksi, biaya produksi mempengaruhi penentuan harga jual produk dan mempengaruhi jumlah pesanan. Oleh karena itu, faktor diatas berperan penting dalam menentukan laba perusahaan dan tidak dapat dipisahkan karena saling mempengaruhi satu dengan yang lainnya.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki atau dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha menengah sebagaimana diatur dalam peraturan Undang-undang Nomor 7 tahun 2021. Pertumbuhan UMKM di Indonesia sudah semakin pesat bahkan memberikan kontribusi besar bagi pendapatan negara. Jumlah pelaku usaha industri UMKM di Indonesia termasuk paling banyak diantara negara-negara lain. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah pelaku UMKM di Indonesia sebanyak 64,2 juta atau 99,99% dari jumlah pelaku usaha di Indonesia pada tahun 2021. Jumlahh UMKM di Indonesia terus mengalami perkembangan dan pertumbuhan dari tahun 2019, 2020 hingga tahun 2021.

UMKM Toko Kamila, UMKM jenis Industri yang memproduksi kain/cover bulu dashboard mobil, dan distributor beberapa produk kerajinan tangan dan hiasan aksesoris mobil. Toko Kamila bertempat di JL. Karya Kasih No. 73FF Kota Medan. Toko Kamila ini cenderung ke produk hiasan aksesoris mobil seperti holder, cover bulu dashboard mobil, boneka hiasan mobil, kaligrafidan pengharum mobil. UMKM ini melakukan produksi dan penjualan setiap harinya dengan cara menjual secara eceran maupun grosiran. Berdasarkan pernyataan pemilik, Toko Kamila mampu mencapai omzet sekitar Rp 5.000.000 dalam satu hari penjualan dengan laba bersih sekitar Rp 1.000.000 setelah dikurangi biaya-biaya. Dalam melakukan penjualan maupun produksi UMKM Toko Kamila terus mencari keuntungan seperti tujuan perusahaan-perusahaan lainnya. Namun, Toko Kamila masih belum mengetahui pada penjualan keberapakah mendapat keuntungan dan kerugian. Toko kamila hanya memperhatikan bon faktur pembelian dari agen. Selain itu, Toko kamila juga belum melakukan perencanaan yang strategis dalam melakukan pembelian ulang, dimana hanya berpedoman pada kehabisan stok barang.

Informasi mengenai biaya sangat diperlukan oleh perusahaan manufaktur dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan laba. Tanpa informasi biaya, manajemen tidak memiliki ukuran apakah masukan yang dikorbankan memiliki nilai ekonomi yang lebih rendah dari pada nilai keluarannya, sehingga tidak memiliki informasi kegiatan usahanya menghasilkan laba atau justru kerugian. Perusahaan dagang juga memerlukan analisis terkait perencanaan laba. Perusahaan dagang jarang memikirkan terkait perhitungan perencanaan laba berbeda dengan perusahaan manufaktur. Logika dagang

yang sering digunakan dalam perhitungan laba adalah harga jual dikurangi harga beli. Padahal secara logika akuntansi ketika perusahaan dagang membeli dan menjual produk tentunya ada biaya tetap dan biaya variabel. Dalam akuntansi manajemen ada biaya lain-lain yang perlu dipertimbangkan tetapi jarang diperhitungkan oleh perusahaan dagang. Contohnya, biaya ketika membeli barang, adanya biaya perolehan barang, ongkos kirim barang dan lain-lain. Biaya ketika menjual barang ditoko tentunya ada biaya tenaga kerja, sewa toko, listrik dan lain sebagainya. Untuk itu, manajemen memerlukan informasi biaya yang dihasilkan dengan memisahkan antara biaya variabel (*variable cost*) dengan biaya tetap (*fixed cost*).

Siregar dkk (2018) mendefinisikan biaya variabel (*variable cost*) merupakan biaya yang jumlah totalnya berubah proporsional dengan perubahan volume kegiatan atau produksi tetapi jumlah perunitnya tidak berubah. Biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang jumlah totalnya tidak berpengaruh oleh volume kegiatan dalam kisaran volume tertentu. Pemisahan biaya tetap dan biaya variabel harus dilakukan karena keduanya memiliki karakteristik yang berbeda. Dengan demikian, adanya pemisahan tersebut akan bermanfaat bagi manajemen perusahaan sebagai acuan dalam melakukan perencanaan laba. Untuk menyukseskan tugas manajemen tersebut, dibutuhkan suatu metode analisis untuk menilai hubungan antara volume penjualan, harga dan biaya.

Perencanaan laba berhubungan dengan biaya, volume penjualan, dan harga jual. Faktor utama penentuan harga jual dan pendapatan adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Menurut kurnia (2021) ada tiga faktor yang mempengaruhi laba yaitu volume produk yang dijual, harga jual produk dan biaya produksi. Hubungan ketiga faktor tersebut dapat dengan mudah dianalisis dengan alat bantu berupa analisis *cost-volume-profit* (CVP). Siregar dkk (2018) mendefinisikan *cost-volume-profit* adalah alat yang dapat digunakan manajemen untuk melakukan perencanaan dan pengambilan keputusan. Analisis yang tepat untuk menghubungkan timbal balik antar biaya, volume dan laba. Analisis *cost-volume-profit* mempunyai beberapapendekatan yaitu titik impas (BEP) *break-even point*, nilai (MOS) *margin of safety*, nilai *Operating leverage*, dan nilai (CM) *Contribution Margin*. Analisis *cost-volume-profit* ini dapat dipakai sebagai alternative pilihan, sehingga dapat menentukan berapa banyak unit produk baru yang harus dijual agar mencapai titik impas.

Analisis titik impas (*break-even point*) adalah situasi dimana perusahaan tidak menghasilkan keuntungan dalam operasi bisnisnya dan tidak menderita kerugian (Munawir 2014:184- 185). Suatu perusahaan dikatakan berada pada titik impas ketika penjualan atau pendapatan sama dengan biaya yang dikeluarkan. Analisis CVP tidak hanya semata-mata untuk mengetahui keadaan perusahaan yang *break-even* saja, akan tetapi analisa *cost-volume-profit* mampu memberikan informasi kepada pimpinan perusahaan mengenai berbagai tingkat volume penjualan, serta hubungannya dengan kemungkinan memperoleh laba menurut tingkat penjualan yang bersangkutan sehingga dapat menggambarkan seberapa banyak target penjualan dapat turun agar tidak mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Jika penurunan penjualan lebih besar dari batas keamanan *margin of safety* (MOS) maka perusahaan akan mengalami kerugian. Sedangkan *contribution margin* (CM) digunakan untuk mengetahui cukup tidaknya jumlah yang tersedia untuk menutupi beban tetap perusahaan yang kemudian akan menjadi laba.

Berdasarkan informasi dari Badan Pusat Statistik UMKM, bahwa di Indonesia UMKM mengalami penurunan keuntungan pada tahun 2020. Survei BPS menyoroti 34.559 pelaku usaha. Mayoritas 80% merupakan pelaku usaha Mikro Kecil dan Menengah. Berdasarkan data tersebut terlihat bahwa industri UMKM yang ada di Indonesia mayoritas tidak mengimplementasikan perhitungan perencanaan laba dengan metode *cost-volume-profit*. UMKM akan memperoleh informasi mengenai keuntungan ataupun perencanaan laba jika menggunakan metode *cost-volume-profit*. Adanya analisis CVP yang dilakukan UMKM pada tahun sebelumnya setidaknya bisa mengakomodir kerugian ditahun 2020. Sehingga kerugian tersebut dapat menurun sedikit bahkan bisa terantisipasi menjadi laba.

Toko Kamila selama ini sudah menentukan tingkat produksinya tetapi dalam pengaplikasian perencanaan laba masih menggunakan metode yang bersifat konvensional belum sesuai dengan sistem laporan keuangan dan laba yang dihasilkan tidak sama di setiap periodenya. Penelitian pada Toko Kamila tentang Desain *Cost-Volume-Profit Analysis* pada Toko Kamila. Dalam hal ini Toko Kamila yang bergerak dalam produksi kain bulu dashboard mobil belum pernah menggunakan analisis metode *Cost-Volume-Profit* dalam mencapai target labanya. Dari paparan dan permasalahan tersebut maka penulis tertarik memilih judul “**Desain Cost-Volume-Profit Analysis Pada Toko Kamila**”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan diatas, maka masalah pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana desain metode *Cost-Volume-Profit* (CVP) untuk barang produksi pada Toko Kamila?
2. Bagaimana desain penerapan metode *Cost-Volume-Profit* (CVP) untuk barang dagang pada Toko Kamila?

1.3. Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis desain metode *Cost-Volume-Profit* (CVP) untuk barang produksi pada Toko Kamila.
2. Untuk menganalisis desain metode *Cost-Volume-Profit* (CVP) untuk barang dagang pada Toko Kamila.

1.4. Kontribusi/Manfaat Tugas Akhir

Dalam penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan pengaruh dan manfaat yang sangat besar bagi pihak-pihak yang bersangkutan terkait penelitian ini. kontribusi tugas akhir ini ditujukan untuk:

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi alat bantu bagi para pelaku usaha dalam pengambilan keputusan perencanaan laba secara tepat.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi model perencanaan laba untuk melakukan terobosan bagi para pelaku usaha (UMKM) dalam hal pengambilan keputusan perencanaan laba.
- c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada kemajuan industri dengan melakukan desain excel berupa metode perencanaan laba dengan model *cost-volume-profit*, sehingga hasil dari penelitian ini manajemen perusahaan dapat mengambil keputusan lebih efisien dan efektif.

- d. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi karya ilmiah dan sarana ilmu penegetahuan mengenai metode *cost-volume-profit* (CVP) untuk perencanaan laba perusahaan.
- e. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan kelembagaan sebagai kajian bagi penelitian serupa.