

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan persaingan bisnis yang ada di Indonesia saat ini sangatlah begitu pesat perkembangannya. Banyak sekali perusahaan baru yang muncul, baik yang berskala kecil, menengah, maupun yang berskala besar. Bentuk perusahaannya antara lain dapat berupa : PT, Firma, CV, atau perusahaan perseorangan. Disamping itu juga ada organisasi yang bertujuan sosial antara lain : mengurangi pengangguran, memberikan pelayanan kepada masyarakat dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat luas, Bentuk perusahaan tersebut antara lain seperti : yayasan atau lembaga kemasyarakatan. Maka tidak heran jika begitu banyak perusahaan di Indonesia yang berkembang begitu pesat, tetapi juga tidak sedikit pula perusahaan-perusahaan tersebut tutup/gulung tikar lebih awal karena sulit bersaing dengan perusahaan lain.

Penyebab-penyebab kalah bersaing tersebut disebabkan oleh banyak faktor permasalahan. Permasalahan-permasalahan yang timbul dapat diatasi jika perusahaan tersebut mempunyai manajemen yang baik. Manajemen yang baik adalah manajemen yang mampu mengendalikan kegiatan operasional perusahaan dengan baik. Dengan kemampuan pengendalian yang bagus tersebut, diharapkan manajemen mampu membuat keputusan/kebijakan yang mampu membuat perusahaan tersebut ikut bersaing dan berkompetesi dipersaingan bisnis yang ada.

Strategi yang dibuat oleh manajemen perusahaan dalam mengendalikan operasional perusahaan haruslah bersifat Efektif dan Efisien. Maksud efektif adalah semua hal atau aktifitas yang dilakukan hanyalah mempunyai satu tujuan yakni untuk kemajuan dan perkembangan perusahaan. Sedangkan Efisien adalah manajemen mampu mengendalikan biaya dan operasional perusahaan seminim mungkin.

Pencapaian tujuan perusahaan, strategi yang digunakan oleh manajemen haruslah sebuah strategi yang memadai, sehingga perusahaan mampu memenangkan persaingan dengan perusahaan – perusahaan sejenis yang ada sehingga pendapatan laba yang ditargetkan perusahaan dapat dicapai.

Berikut adalah macam-macam pencapaian target laba di perusahaan , yakni :

1. Berapa volume penjualan maksimal yang harus dilakukan.
2. Dapat ditegaskan biaya produksi maupun biaya operasional serendah-rendahnya dengan mempertahankan tingkat harga, kualitas dan kuantitas.
3. Penentuan harga disesuaikan dengan sedemikian rupa sesuai dengan laba yang dikehendaki.
4. Terus meningkatkan volume produksi seefisien mungkin.

Untuk mencapai target laba tersebut, tentu perusahaan harus mencapai tingkat volume penjualan yang lebih besar dari pada biaya – biaya yang dikeluarkan. Penyusunan strategi penjualan perusahaan dalam menentukan volume penjualan haruslah memuat 3 informasi berikut :

1. Berapa volume penjualan yang harus dilakukan perusahaan untuk mencapai nominal yang lebih besar dari nominal biaya yang dikeluarkan.

2. Berapa volume penjualan yang harus dilakukan perusahaan untuk mencapai titik impas, dimana pendapatan dan pengeluaran perusahaan sama besarnya.
3. Berapa volume penjualan yang bisa membuat perusahaan mengalami kerugian.

Untuk membantu menjabarkan informasi di atas, kita dapat menggunakan sistem yang dinamakan Analisis *Break Even Point* (Analisis Titik Impas). Analisis impas atau analisis hubungan biaya, volume, dan laba merupakan teknik untuk menggabungkan, mengkoordinasikan dan menafsirkan data produksi dan distribusi untuk membantu manajemen dalam mengambil keputusan.

Impas sendiri diartikan suatu kondisi bisnis dimana pelaku bisnis tidak memperoleh laba dan tidak juga menderita kerugian. Dengan demikian BEP merupakan salah satu alat untuk membuat perencanaan laba (Purwati dan Prawironegoro, 2013:247).

Penentuan analisis *Break Even Point* (BEP) biaya yang terjadi harus dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dan bertambah dengan adanya perubahan volume kegiatan. Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Apabila suatu industri hanya mempunyai biaya variabel, maka tidak akan muncul masalah *break even* dalam industri tersebut.

Masalah *break even* baru muncul apabila suatu industri disamping mempunyai biaya variabel juga mempunyai biaya tetap. Besarnya biaya

variabel secara totalitas akan berubah-ubah sesuai dengan perubahan volume produksi, sedangkan besarnya biaya tetap secara totalitas tidak mengalami perubahan meskipun ada perubahan volume produksi.

Rencana manajemen mengenai kegiatan industri di masa yang akan datang pada umumnya dituangkan dalam anggaran, yang berisi taksiran pendapatan yang akan diperoleh dan biaya yang akan dikeluarkan untuk mendapatkan pendapatan tersebut. Bila mengadakan analisis secara langsung informasi yang tercantum dalam anggaran manajemen akan menemui kesulitan untuk memahami hubungan antara biaya, volume, laba. Analisis break even menyajikan informasi hubungan biaya, volume, dan laba kepada manajemen, sehingga memudahkannya dalam menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pencapaian laba usaha di masa yang akan datang.

Berdasarkan hal – hal tersebut maka peneliti tertarik untuk mengemukakan : “ Analisis Break Even Point Terhadap Perencanaan Laba Pada CV. UUL ANUGERAH Surabaya ”

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah di kemukakan di atas, maka di temukan beberapa rumusan masalah yang akan dijabarkan di penelitian ini, yakni :

1. Bagaimanakah penentuan *Break Even Point* pada CV. Uul Anugerah Surabaya ?
2. Sejauh mana peran *Break Even Point* di dalam Perencanaan Laba CV. Uul Anugerah Surabaya?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian yang dilakukan di CV. Uul Anugerah Surabaya adalah :

1. Untuk mengetahui penentuan *Break Even Point* yang ada di CV. Uul Anugerah Surabaya .
2. Untuk mengetahui peran *Break Even Point* dalam perencanaan laba di CV. Uul Surabaya.

D. Manfaat Penelitian

Dibuatnya penelitian ini oleh peneliti dengan harapan penelitian ini mampu memberikan beberapa manfaat :

1. Bagi Pengembangan Keilmuan

Diharapkan dengan tulisan ini mampu untuk di jadikan acuan dalam pengembangan keilmuan akuntansi serta dapat berguna dalam pelaksanaan pembangunan secara luas.

2. Bagi Penulis

Bagi penulis, karya tulis ini di harapkan bisa memberikan wawasan baru tentang break even point. Selain itu, di harapkan agar tulisan ini dapat di terapkan dalam praktik yang sebenarnya.

3. Bagi perusahaan

Diharapkan tulisan ini bisa di jadikan evaluasi dan dasar dalam aktifitas penentuan penjualan perusahaan, sehingga dapat di rencanakan berapa target penjualan yang harus di capai dan berapa penjualan yang bisa membuat perusahaan di titik aman yakni tanpa mengalami kerugian, meskipun tanpa laba.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Berikut adalah sistematika penulisan proposal skripsi yang ada pada penulisan proposal skripsi ini adalah :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini akan berisi tinjauan literature yang di gunakan sebagai acuan dalam materi penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, metode penelitian, dan teknik pengumpulan data.

BAB IV PEMBAHASAN

Dalam bab ini, menguraikan tentang deskripsi penelitian, antara lain kebijakan perusahaan mengenai break even point.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisi kesimpulan dari penelitian dan saran – saran yang penulis berikan kepada perusahaan tempat penulis melakukan penelitian.