

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis yang semakin sulit menjadikan persaingan perusahaan khususnya yang sejenis semakin meningkat. Untuk menghadapi persaingan perusahaan tersebut diperlukan penanganan dan pengelolaan yang baik. Penanganan dan pengelolaan yang baik tersebut hanya dapat dilakukan oleh manajemen yang baik pula.

Perusahaan dengan manajemen yang baik ialah adanya manajer yang dapat mengkoordinasikan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan secara efektif dan efisien, juga menghasilkan keputusan-keputusan yang menunjang terhadap pencapaian tujuan perusahaan serta mempercepat perkembangan perusahaan. Manajer hendaknya dapat mengambil setiap keputusan agar membawa dampak yang baik bagi perkembangan perusahaan. Kemampuan inilah yang dapat membuat perusahaan dapat bertahan dalam persaingan pasar yang selalu meningkat.

Dalam mengambil keputusan manajer hendaknya mempertimbangkan dan menilai aspek yang ada pada perusahaan, agar keputusan itu mendapatkan hasil yang maksimal terhadap pencapaian tujuan perkembangan perusahaan. Salah satu pedoman yang dapat digunakan manajer untuk mencapai tujuannya ialah perencanaan.

Perencanaan merupakan alat untuk pengendalian terhadap kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan perusahaan. Perencanaan dapat pula berupa

alat ukur dan evaluasi atas hasil sesungguhnya. Apabila hasil yang sesungguhnya tidak sesuai dengan apa yang direncanakan, maka manajer harus mengevaluasi ketidaksesuaian tersebut dan mengambil tindakan- tindakan yang diperlukan untuk mengatasinya.

Perencanaan harus dilakukan untuk menunjang kegiatan-kegiatan perusahaan berkembang maupun yang sudah *go public*, karena perusahaan tersebut harus memiliki strategi yang efektif dan inovatif dalam merencanakan biaya agar dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan serta memenuhi tujuan perusahaan secara keseluruhan, yaitu memperoleh laba.

Sehingga perencanaan memegang peranan yang sangat penting dalam menunjang kegiatan-kegiatan perusahaan, karena perencanaan dapat membantu dalam penaksiran tingkat biaya, volume penjualan dan laba yang akan di dapat perusahaan. Sehingga biaya, volume penjualan dan laba akan lebih optimal.

Analisis yang cukup tepat untuk memahami hubungan timbal balik antara biaya, volume penjualan, dan laba adalah analisis *Cost-Volume-Profit* karena dengan menggunakan analisis CVP, seorang manajer dapat memutuskan dengan segera tentang produk apa yang perlu diproduksi atau dijual, berapa harga jual yang pantas, strategi pemasaran bagaimana yang perlu dilakukan, berapa laba yang diinginkan dan seterusnya. Analisis CVP dapat juga digunakan untuk membantu memecahkan masalah penting lainnya, misalnya tentang perencanaan jumlah unit produk yang seharusnya dijual agar perusahaan mencapai titik impas (*break-even-point*), perhitungan dampak penurunan biaya tetap terhadap titik impas dan perhitungandampak kenaikan harga jual terhadap laba.

Menurut Armila, 2006 : 180 (dalam Hariyanti, 2011) dengan menggunakan analisis biaya-volume-laba (*cost-volume-profit analysis*), maka akan dapat dianalisis keterkaitan biaya, harga dan kuantitas yang terjual sehingga para manajer dapat mengetahui dampak dari berbagai tingkat harga atau biaya terhadap laba, dampak pengurangan biaya tetap terhadap titik impas dan juga jumlah unit yang harus dijual untuk mencapai titik impas.

Penggunaan *cost, volume, profit analysis* (CVP) dapat memberikan informasi tentang berapa jumlah penjualan yang harus dicapai perusahaan dimana perusahaan dalam keadaan tidak mendapat laba dan tidak menderita kerugian. *Cost, volume, profit analysis* (CVP) dapat juga memberikan informasi mengenai laba yang diperoleh perusahaan pada berbagai tingkat penjualan serta menunjukkan kemungkinan-kemungkinan yang berhubungan dengan perusahaan dalam biaya maupun tingkat penjualan dan pengaruhnya terhadap laba yang diperoleh perusahaan.

Dapat disimpulkan bahwa analisis CVP (*Cost-Volume-Profit*) tersebut dapat dipakai oleh manajemen memahami hubungan antara biaya, volume, dan laba sebagai suatu teknik perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan pada kegiatan perusahaan. Alat analisis ini sangat berguna dalam proses pembuatan keputusan bisnis untuk menghasilkan laba jangka pendek dan menghadapi perubahan yang mungkin terjadi atas volume penjualan, harga jual dan biaya yang dikeluarkan.

Cost, Volume, Profit Analysis (CVP) mempunyai beberapa pendekatan diantaranya adalah *break even point* (BEP), CM (*Contribution Margin*), CM Ratio (*Contribution Margin Ratio*), MOS (*Margin of Safety*), OL (*Operating Leverage*). Menurut Hariadi (2002 : 516) analisis BEP dimaksudkan untuk mengetahui pada tingkat penjualan berapa, perusahaan tidak mendapat laba atau rugi. Informasi ini akan membantu

manajer untuk selalu berusaha meningkatkan penjualan di atas titik BEP dan sedapat mungkin berusaha menghindari perusahaan dari tingkat penjualan di bawah BEP.

Contribution Margin adalah pendapatan penjualan dikurangi semua biaya variabel. *Contribution margin* dapat dinyatakan dalam *contribution margin ratio* atau disebut pula sebagai *profit-volume ratio*. *Contribution margin ratio* besarnya ditentukan dari *contribution margin* dibagi penjualan.

Leverage operasi (Operating Leverage) adalah suatu pengukur perubahan laba bersih yang diakibatkan oleh perubahan volume penjualan. Bata keamanan (BK) atau batas keselamatan (*margin of safety*) adalah kelebihan penjualan dianggarkan (sesungguhnya) di atas penjualan pada titik

Hotel Ningrat Bangkalan ialah hotel yang masih berkembang yang dapat bersaing untuk menjadi hotel yang lebih maju. Berdasarkan pada tujuan setiap usaha yaitu mendapatkan laba maksimal, maka Hotel Ningrat Bangkalan mempunyai rencana membangun beberapa kamar untuk mendapatkan laba yang maksimal pada periode yang akan datang. Dalam mengelola hotel pihak manajer harus melakukan perencanaan dengan suatu alat bantu yang dinamakan Analisis *Cost Volume Profit* untuk mengambil keputusan dalam memprediksi laba yang diinginkan. Berdasarkan masalah yang diuraikan di atas maka penulis melakukan penelitian mengenai analisis *Cost-Volume-Profit* pada Hotel Ningrat Bangkalan.

1.2 Rumusan Masalah

Hotel Ningrat Bangkalan sebagai perusahaan jasanya mempunyai rencana mendapatkan laba lebih tinggi 10% di tahun 2016-2017, dengan cara membangun 8 kamar hotel. Oleh sebab itu, seorang manajer akan kesulitan dalam mengelola (perencanaan, pengendalian dan pengambilan keputusan) yang baik. Sesuai latar belakang masalah dan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana perencanaan volume penjualan, dan laba pada tahun 2016-2017 dengan menggunakan analisa *Cost Volume Profit* pada Hotel Ningrat Bangkalan?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini menggunakan analisis *cost-volume-profit* adalah untuk menganalisis bagaimana perhitungan biaya, volume penjualan dan laba untuk mencapai target laba pada Hotel Ningrat.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat pada penelitian ini sebagai berikut :

a. Bagi perusahaan

Hasil analisis ini diharapkan memberikan masukan dan pemikiran mengenai *cost-volume-profit* (CVP) yang dapat membantu manajemen dalam merencanakan biaya-biaya, volume penjualan, dan laba yang akan datang sesuai harapan perusahaan.

b. Bagi Penulis

1. Sebagai sarana menerapkan ilmu yang diperoleh selama kuliah yang berkaitan dengan cost-volume-profit, dan supaya lebih memahami perencanaan dan pengendalian biaya, volume penjualan dan laba pada perusahaan di masa mendatang.
2. Memberikan kesempatan kepada peneliti untuk dapat menganalisis kesinkronisasian antara teori dengan penerapannya di lapangan.

c. Bagi peneliti lain

Untuk tambahan pengetahuan dalam analisis cost-volume-profit (CVP) dan dapat dijadikan referensi jika akan melakukan penelitian yang berhubungan dengan cost-volume-profit (CVP).