

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Mendirikan suatu usaha pada dasarnya memiliki beberapa tujuan, untuk mewujudkan tujuan tersebut perlu didukung oleh kemampuan manajemen dalam melihat kemungkinan dan potensi usaha di masa yang akan datang. Beberapa tujuan utama didirikannya suatu usaha menurut Martono dan Harjito (2005: 2) adalah sebagai berikut :

“Tujuan perusahaan yang pertama adalah untuk mencapai keuntungan maksimal atau laba yang sebesar-besarnya. Tujuan perusahaan yang kedua adalah ingin memakmurkan pemilik perusahaan atau para pemilik saham. Sedangkan tujuan perusahaan yang ketiga adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya. Ketiga tujuan perusahaan tersebut sebenarnya secara substansial tidak banyak berbeda. Hanya saja penekanan yang ingin dicapai oleh masing-masing perusahaan berbeda antara yang satu dengan yang lainnya”.

Untuk mencapai tujuan tersebut maka sumber daya ekonomi yang dimiliki perusahaan harus dimanfaatkan secara efektif dan efisien, Efektif berarti apabila sumberdaya ekonomi tersebut benar-benar dipakai untuk tujuan perusahaan dalam memperoleh laba, efisien berarti penggunaan sumber daya tersebut sesuai dengan jumlah yang dibutuhkan atau tidak ada bahan baku yang terbuang. Dengan demikian, sangat diperlukan peranan manajemen untuk menerapkan prinsip efisien dan efektif ini bagi perusahaan, untuk mengukur hal ini maka diperlukan suatu alat analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa efektif dan seberapa efisien kegiatan yang telah dilakukan di dalam suatu perusahaan.

Jumlah laba yang diperoleh merupakan indikator keberhasilan bagi perusahaan yang orientasinya mencari laba. agar laba yang diperoleh sesuai dengan yang dikehendaki, perusahaan perlu menyusun perencanaan laba. Sebelum menyusun perencanaan laba tersebut terlebih dahulu perusahaan menyusun anggaran penjualan yang mencerminkan jumlah aktivitas untuk merealisasikan perencanaan laba tersebut. Didalam merencanakan anggaran perlu juga mengamati kemungkinan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi laba perusahaan. Sementara itu menurut (Halim dan Supomo, 1990: 48) Ada tiga faktor yang dapat mempengaruhi laba perusahaan yaitu :

“Biaya, harga jual dan volume (penjualan dan produksi). Biaya yang timbul dari perolehan atau untuk pengolahan suatu produk atau jasa akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan. Harga jual produk akan mempengaruhi besarnya volume penjualan produk atau jasa yang bersangkutan. sedangkan besarnya volume penjualan berpengaruh terhadap volume produksi produk atau jasa tersebut. Selanjutnya pada gilirannya volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi. dengan demikian faktor-faktor yang terkait diatas saling terkait antara satu dengan yang lain”

Analisis titik impas (*Break even point*) digunakan untuk menentukan tingkat penjualan dan bauran produk yang diperlukan hanya untuk menutup semua biaya yang terjadi selama periode tersebut. titik impas adalah titik dimana biaya dan pendapatan adalah sama, tidak ada laba maupun rugi pada titik impas (Carter dan Usry, 2005: 272). Sebelum memulai kegiatan produksi suatu produk, biasanya pada awal tahun perusahaan sudah terlebih dahulu merencanakan laba yang diinginkan pada tahun tersebut. Ketika menjalankan usaha maka tentunya akan mengeluarkan biaya produksi, maka dengan analisis titik impas dapat diketahui pada tingkat harga dan jumlah produksi

tertentu penjualan yang dilakukan tidak menjadikan usaha tersebut rugi dan mampu menetapkan penjualan dengan harga dan laba yang diinginkan. Hal tersebut dikarenakan biaya produksi sangat berpengaruh terhadap harga jual, harga jual berpengaruh terhadap volume penjualan, dan volume penjualan berhubungan dengan biaya produksi.

Hadist Rasulullah yang disampaikan oleh Imam Bukhari dan Muslim salah satunya juga berkaitan dengan masalah titik impas seorang pedagang yang di dapat dari modal pokoknya. Rasulullah bersabda “*Seorang mukmin itu bagaikan seorang pedagang; dia tidak akan menerima laba sebelum ia mendapatkan modal pokoknya. Demikian juga, seorang mukmin tidak akan mendapatkan amalan-amalan sunnahnya sebelum ia menerima amalan-amalan wajibnya.*” (HR Bukhari dan Muslim) Dalam hadits ini, Rasulullah mengumpamakan seorang mukmin dengan seorang pedagang, maka seorang pedagang tidak akan mendapatkan laba sebelum dia mendapatkan modal pokok dari barang yang dijualnya.

Dalam suatu perusahaan yang memiliki aktivitas produksi seperti perusahaan manufaktur biasanya memiliki biaya semivariabel atau biaya campuran. Dalam menentukan analisis *break even point* (BEP) biaya campuran yang muncul harus dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Menurut Nafarin (2004: 203) “Biaya semivariabel adalah biaya yang jumlahnya berubah tidak secara proporsional dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semivariabel mempunyai unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel, sehingga biaya semivariabel disebut juga dengan biaya campuran

(*Mixed cost*). Biaya variabel perlu dipisahkan berdasarkan komponen biaya tetap dan biaya variabel”. Artinya apabila suatu perusahaan hanya mempunyai biaya variabel, maka tidak akan muncul masalah *break even* dalam perusahaan tersebut karena biaya yang dikeluarkan akan selalu mengikuti perubahan volume produksinya. Masalah *break even* baru muncul apabila suatu perusahaan disamping mempunyai biaya variabel juga mempunyai biaya tetap. Besarnya biaya variabel secara keseluruhan akan berubah-ubah sesuai dengan perubahan jumlah volume produksi, sedangkan besarnya biaya tetap secara keseluruhan tidak akan berpengaruh terhadap perubahan volume produksi.

Manajemen hendaknya juga dapat mengetahui segala sesuatu yang sedang atau telah terjadi pada perusahaannya, disamping ia juga harus mampu mengetahui dengan pasti, bahwa bisnisnya dioperasikan dengan berdasarkan pada tujuan atau sasaran yang rasional dan objektif (M. Sadeli dan Siswanto, 2004: 15). Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa manajemen di dalam suatu perusahaan harus mampu memperoleh dan mengolah informasi yang akurat baik yang sedang terjadi ataupun yang sudah terjadi di masa lalu, informasi ini memungkinkan bagi manajemen untuk melakukan perencanaan jangka pendek maupun jangka panjang.

Pada dasarnya kinerja perusahaan dalam mencapai target labanya tidak akan lepas dari faktor kebijakan internal maupun eksternal, faktor internal mungkin bisa dikendalikan, namun faktor eksternal tidak akan bisa dihindari perusahaan, diantaranya adalah kebijakan pemerintah. Salah satu peraturan

yang tergolong memberatkan bagi perusahaan rokok kecil dan menengah adalah peraturan baru penggolongan perusahaan rokok oleh Dirjen Bea dan Cukai berdasarkan jenis tembakau dan jumlah produksinya yaitu sebagai berikut :

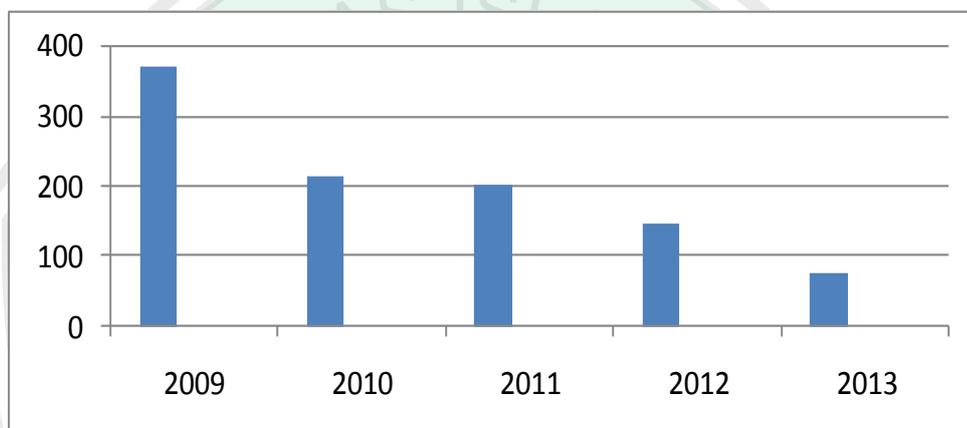
Tabel 1.1
Aturan baru golongan perusahaan rokok 2012

Jenis	Gol	Jumlah Produksi	Tarif Cukai / Batang
SKT atau SPT	I	> 2 milyar batang	Rp. 275 Rp. 210
	II	300 juta sampai 2 milyar batang	Rp. 130 Rp. 120 Rp. 110
	III	< 300 juta batang	Rp. 80

Sumber : Dirjen Bea dan Cukai 2012

Penghapusan golongan IV pada peraturan baru Dirjen Bea dan Cukai tahun 2012 memberikan dampak luas bagi perusahaan rokok kecil, selain kenaikan tarif cukai tentunya perusahaan kecil golongan IV juga dipaksa bersaing dengan perusahaan golongan III. Ketatnya persaingan perusahaan rokok kecil diperparah dengan adanya ekspansi perusahaan besar yang mendirikan perusahaan-perusahaan rokok kecil guna mendapatkan harga cukai yang lebih murah. bagi Perusahaan Rokok Djagung Prima yang termasuk perusahaan kecil tidak mungkin bisa terjun ke pasar dengan kondisi yang sama seperti tahun sebelumnya, pihak manajemen perusahaan harus memikirkan opsi peningkatan volume produksi atau peningkatan harga jual, namun keduanya tidak bisa ditingkatkan begitu saja tanpa menggunakan alat

perhitungan yang tepat, selain membutuhkan penambahan sumber daya baru atau dengan kata lain menambah biaya tetap dan biaya variabel untuk meningkatkan volume produksi, penentuan harga jual rokok juga dibatasi oleh pemerintah. Alasan inilah yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di perusahaan Rokok Djagung Prima.



Gambar 1.1
Jumlah Perusahaan Rokok Kecil di Kota Malang
Periode 2009-2013

Sumber: Malang-post.com

Secara umum kondisi perusahaan rokok kecil di kota Malang mengalami penurunan dari tahun ke tahun (Grafik 1.1), hal ini tidak lepas dari beberapa faktor yang mempengaruhi diantaranya kenaikan tarif cukai, penerapan pajak baru, ekspansi perusahaan besar, kenaikan harga tembakau dan beberapa kebijakan lainnya yang memberatkan perusahaan rokok, namun kondisi ini tidak sepenuhnya membuat industri rokok dianggap tidak memiliki potensi berkembang yang baik karena dari data tahun 2012 yang

diperoleh dari website Dirjen Bea dan Cukai diketahui peningkatan permintaan rokok di Indonesia naik hampir 8% setiap tahunnya. Pada perusahaan rokok Djagung Prima juga terdapat peningkatan volume penjualan yang signifikan setiap tahunnya, masalahnya adalah peningkatan volume penjualan ini tidak diikuti dengan peningkatan laba yang seimbang, untuk mengetahui hubungan antara pengaruh perubahan biaya terhadap laba dan volume penjualan maka diperlukan suatu alat analisis yang disebut analisis *Break even Point*.

Pada bulan oktober 2013, wakil menteri keuangan Bambang Ps Bodjonegoro menyatakan, pemerintah memastikan untuk tidak menaikkan tarif cukai rokok pada tahun 2014, namun pengenaan pajak tambahan daerah sebesar 10% dari cukai rokok tetap akan dilakukan. (<http://m.suaramerdeka.com>). Pengenaan pajak tambahan ini tentunya akan mempengaruhi perencanaan penjualan bagi perusahaan Rokok Djagung prima, baik dari segi perubahan harga rokok per unit maupun peningkatan volume produksi. Berdasarkan alasan tersebut, pentingnya analisis *Break even Point* untuk diterapkan pada Perusahaan Rokok Djagung Prima sebagai dasar kebijakan penetapan harga dan perencanaan laba guna mendapatkan laba yang memuaskan.

Pada perusahaan rokok Djagung prima penyusunan perencanaan laba menggunakan metode *Bottom up*, metode ini melibatkan semua lini dan keputusan tergantung pada pendapat (*judgement*) dalam perencanaan tersebut. Pada tahun 2012 manajemen memutuskan untuk menggunakan analisis *Break*

even Point dalam perencanaan laba seiring dengan perubahan kebijakan penjualan dari tiga jenis produk yaitu Rokok djagung prima hijau, Rokok djagung prima istimewa dan Rokok djagung prima premium menjadi satu jenis produk saja. Pengambilan keputusan hanya memproduksi satu jenis produk yaitu Djagung prima hijau disebabkan karena tingginya biaya variabel dari produk Djagung premium dan Djagung istimewa, pada kondisi ini penerapan metode *Bottom up* dirasa tidak cocok digunakan jika perusahaan tidak memiliki bauran produk lagi sehingga proses perencanaan laba tidak perlu melibatkan semua lini. Metode *Bottom up* lebih banyak menghabiskan biaya, tenaga dan waktu dibanding dengan nilai manfaatnya sehingga pemilihan analisis *Break even Point* sebagai alat perencanaan laba adalah hal yang dinilai tepat dilakukan oleh manajemen.

Rencana manajemen mengenai kegiatan di masa yang akan datang pada umumnya dituangkan dalam bentuk anggaran, yang berisi taksiran pendapatan yang akan diperoleh dan biaya yang akan dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut. Bila mengadakan analisis secara langsung informasi yang tercantum dalam anggaran tersebut manajemen akan mengalami kesulitan untuk memahami hubungan antara biaya, volume dan laba. Pada perusahaan rokok Djagung prima peningkatan volume penjualan pada tahun 2010 cukup tinggi yaitu mencapai 63,83% sedangkan pada tahun 2011 sebesar 61.06 % meningkatnya volume penjualan ini tentunya juga akan meningkatkan jumlah laba dan biaya produksi total, untuk memahami hubungan antara biaya, volume, dan laba pada Perusahaan Rokok Djagung

Prima maka dibutuhkan suatu alat analisis yang tepat. Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “PENERAPAN ANALISIS *BREAK EVEN POINT* SEBAGAI ALAT PERENCANAAN LABA PADA PERUSAHAAN ROKOK DJAGUNG PRIMA DI KOTA MALANG”

1.2 Rumusan Masalah

Salah satu langkah manajemen untuk mencapai tujuan usaha adalah adanya perencanaan yang akan dilakukan dengan menggunakan analisis *break even point* atau analisis impas. Dalam analisis ini dapat diketahui pada tingkat penjualan berapa perusahaan memperoleh laba sama dengan nol. Dari uraian di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana perencanaan laba pada Perusahaan Rokok Djagung Prima di tahun 2012, 2013 ?
2. Bagaimana realisasi perencanaan laba yang di terapkan pada Perusahaan Rokok Djagung Prima di tahun 2012, 2013 ?
3. Bagaimana perhitungan *break even point* dalam menentukan perencanaan laba pada Perusahaan Rokok Djagung Prima tahun 2014 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui perencanaan laba pada Perusahaan Rokok Djagung Prima di tahun 2012, 2013.
2. Untuk mengetahui realisasi dari perencanaan laba yang dilakukan Perusahaan Rokok Djagung Prima di tahun 2012, 2013.
3. Untuk menghitung tingkat *Break even Point* dalam menentukan perencanaan laba pada perusahaan Rokok Djagung prima tahun 2014.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis
Dapat menambah pengetahuan dalam penerapan ilmu teoritis yang telah dipelajari dalam perkuliah khususnya masalah manajemen laba.
2. Bagi Perusahaan
Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan manajemen mengenai *break even point* dan pengukuran keadaan perusahaan dalam kegiatan operasionalnya.
3. Bagi Pihak Lain
Penelitian ini diharapkan bisa dimanfaatkan sebagai informasi dan bahan pertimbangan dalam penelitian berikutnya dengan permasalahan yang sama.