

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini Indonesia sedang mengalami penurunan pada perekonomian, disamping itu juga adanya penurunan pada perdagangan luar negeri yang cukup tajam karena adanya penurunan konsumsi rumah tangga yang disebabkan oleh pembatasan sosial untuk mencegah Covid-19. Karena itu pemerintah dan pihak swasta dituntut untuk terus memproduksi barang dan jasa yang dapat menghasilkan. Sedangkan usaha kecil merupakan sektor yang tahan terhadap guncangan dari pihak luar, maka dari itu pemerintah sangat mendukung sektor ini terus berkembang apalagi sektor ini memiliki kontribusi yang sangat besar dalam perekonomian nasional.

Apalagi di era digital sekarang ini, banyak yang tidak memiliki toko dan hanya memasarkan produknya secara *online* dan tidak sedikit pula yang belum memiliki perizinan usaha.

UMKM kepanjangan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM ini memiliki kontribusi yang sangat besar bagi perekonomian di Indonesia. Di Indonesia Undang-Undang yang mengatur tentang UMKM adalah UU No. 20/2008, dalam UU tersebut UMKM dijelaskan sebagai: *“perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu.”* Berikut kriteria kekayaan dan pendapatan di dalam UU tersebut.

**Tabel 1.1 Kriteria UMKM dan Usaha Besar
Berdasarkan Aset dan Omzet**

Ukuran usaha	Aset (tidak termasuk tanah & bangunan tempat usaha)	Omzet (dalam satu tahun)
Usaha Mikro	Maksimal Rp 50 juta	Maksimal Rp 300 juta
Usaha Kecil	Lebih dari Rp50 juta – Rp 500 juta	Lebih dari Rp 300 juta – Rp 2,5 miliar

Usaha Menengah	Lebih dari Rp 500 juta – Rp 10 miliar	Lebih dari Rp 2,5 miliar – Rp 50 miliar
Usaha Besar	Lebih dari Rp 10 miliar	Lebih dari Rp 50 miliar

Sumber: UU No.20/2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Data terakhir dari kementerian koperasi dan usaha kecil menengah (KUKM) memperlihatkan pada tahun 2018 Indonesia memiliki 64,19 juta usaha atau sekitar 99,99 persen dari total unit usaha yang tersebar di seluruh negeri. Dari angka 64,19 juta tersebut usaha mikro masih tersebar yakni 63,35 juta usaha (98,68 persen), disusul usaha kecil 783.132 usaha (1,22 persen) dan usaha menengah sebanyak 60.702 usaha (0,09 persen).¹

Dari data di atas, Indonesia memiliki potensi basis ekonomi nasional yang kuat karena jumlah UMKM terutama usaha mikro yang sangat banyak dan daya serap tenaga kerja sangat besar. Pemerintah dan pelaku usaha harus menaikkan kelas usaha mikro menjadi usaha menengah. Basis usaha ini juga terbukti kuat dalam menghadapi krisis ekonomi. Usaha mikro juga mempunyai perputaran transaksi yang cepat, menggunakan produksi domestik dan bersentuhan dengan kebutuhan primer masyarakat.

Pemerintah menyadari potensi UMKM tersebut oleh sebab itu dari beberapa tahun terakhir ini pemerintah mengambil kebijakan untuk meningkatkan kapasitas usaha mikro dan kecil agar dapat naik kelas menjadi usaha menengah. Salah satu sasaran program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) adalah menggerakkan UMKM. Oleh itu pemerintah mengambil kebijakan yang diantaranya subsidi bunga pinjaman, restrukturisasi kredit, pemberian jaminan modal kerja dan insentif perpajakan.²

¹ Antonius Purwanto, 'Potret Dan Tantangan UMKM Di Indonesia', *Kompaspedia*, 2020
<<https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/potret-dan-tantangan-umkm-di-indonesia>>.

² Edward UP Nainggolan, 'UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit', 2020

Perusahaan memiliki tujuan yang ingin dicapai, baik berupa laba yang maksimal, kelangsungan hidup, pertumbuhan perusahaan maupun menciptakan kesejahteraan masyarakat. Pengaruh lingkungan dan perkembangan suatu perusahaan yang semakin kompleks menjadikan tugas manajemen puncak dalam menggapai tujuan perusahaan semakin sulit dan kompleks pula.³ Manajemen yang baik adalah manajemen yang menjalankan fungsinya, yaitu : planning (perencanaan), organizing (pengorganisasian), motivating (pemotivasian), controlling (pengendalian), evaluating (evaluasi).⁴

Untuk mengatasi hal tersebut maka perusahaan harus memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk tujuan pengambilan keputusan. Sedangkan perencanaan ialah salah satu faktor yang sangat berperan penting untuk kelancaran maupun keberhasilan manajemen dalam mencapai tujuannya, dengan adanya perencanaan yang baik maka akan memudahkan tugas manajemen itu sendiri.⁵ Seorang manajer harus melihat kemungkinan dan kesempatan, baik dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang agar dapat membawa perusahaan lebih baik di masa yang akan datang. Dengan begitu perusahaan akan mendapatkan laba yang sangat memuaskan.⁶

<<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>>.

³ Suci Ayu Aina Mustainah, 'Analisis Biaya Volume Laba Sebagai Alat Perencanaan Laba (SPBU CV. SINAR HAMDANI)', *Bongaya Journal for Research in Accounting*, 2.2 (2019), p. 60.

⁴ Elizabeth Esternorlita Worotitjan and Hendrik Manossoh, 'Analisis Cost-Volume-Profit Untuk Perencanaan Laba Pada UD. Gunung Emas Manado', *Jurnal Emba ISSN 2303-1174*, 4.1 (2016), p. 586.

⁵ Zainal Yulianto, 'Analisis Biaya Volume Laba Untuk Perencanaan Laba Pada Perusahaan Es Batu Camplong Di Sampang', *AKTIVA Jurnal Akuntansi Dan Investasi*, 3.1 (2018), p. 76.

⁶ Devi Lestari Pramita Putri and Devia Septyawati, 'Analisis Biaya-Volume-Laba (Cost-Volume-Profit) Multiproduk Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada PT Marinal Indoprime Di Sumenep', *AKTIVA Jurnal Akuntansi Dan Investasi*, 3.2 (2018), p. 102.

Perencanaan yang dilakukan yaitu perencanaan laba yang diinginkan, sehingga kemampuan yang dimiliki perusahaan dapat dikerjakan secara berkesinambungan. Pelaksanaan perencanaan, pengusaha harus memahami kelebihan dan kekurangan yang dimiliki perusahaan. Dengan mengetahui kelemahan maupun kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan, manajemen dapat membuat langkah yang akan ditempuh dalam mensukseskan perusahaan mencapai tujuan yang diinginkan.⁷

Tujuan pengusaha adalah memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham atau investor, dengan cara memaksimalkan nilai perusahaan dapat memperoleh laba maksimum. Kinerja (performance) suatu perusahaan dapat mengungguli perusahaan lain dengan cara mengimplementasikan strategi yang berbeda, misalnya membuat produk berupa sedemikian rupa sehingga konsumen bersedia membayar harga berapapun untuk menciptakan diferensial terhadap produk tersebut dua kiat bersaing itu menuntut strategi yang berbeda.

Dalam mengambil keputusan-keputusan bisnis, manajemen berpengaruh besar pada peluang-peluang laba dari serangkaian alternatif tindakan yang dihadapinya. Seorang manajer dapat mengevaluasi peluang-peluang laba dengan cara mempelajari hubungan-hubungan diantara biaya, volume penjualan dan laba. Sehingga nantinya dapat menghasilkan keputusan-keputusan yang lebih baik. Dikarenakan oleh setiap perusahaan yang bertujuan memiliki aktivitas yang menguntungkan, hal ini merupakan suatu alasan yang mendukung penggunaan hubungan biaya-volume-laba sebagai dasar untuk pengambilan keputusan manajemen dalam jangka pendek.⁸

Laba atau keuntungan dapat diartikan dengan dua cara, yang pertama laba dalam ilmu ekonomi murni diartikan sebagai peningkatan kekayaan seorang investor sebagai hasil penanam modalnya, setelah di kurangi biaya-biaya yang

⁷ Mustainah, p. 60.

⁸ Mia Istiana Mokoginta, Jullie J. Sondakh, and Novi S. Budiarmo, 'Analisis Biaya Volume Laba Multi Produk Untuk Perencanaan Laba Jangka Pendek Bijimerah Coffee and Roastery', *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern* 13(2), 2019, p. 129.

berhubungan dengan penanaman modal tersebut (termasuk di dalamnya, biaya kesempatan). Sementara itu, laba dalam akuntansi diartikan sebagai selisih antara harga penjualan dengan biaya produksi.⁹

Kegiatan perusahaan untuk mendapatkan laba yang maksimal adalah dengan meningkatkan volume penjualan. Peningkatan volume penjualan akan mempengaruhi laba perusahaan, akan tetapi besarnya laba juga tidak terlepas dari besarnya biaya. Biaya merupakan segala sesuatu yang berbentuk satuan hitung yang dikeluarkan untuk menghasilkan suatu barang atau jasa.¹⁰ Banyak metode dalam melakukan perencanaan laba diperusahaan. Salah satunya adalah dengan metode cost-volume-profit(CVP). Cost-volume-profit (CVP) bermanfaat bagi perusahaan untuk menentukan pengambilan sebuah keputusan yang baik bagi perusahaan.¹¹

Analisis biaya-volume-laba adalah metode untuk menganalisis bagaimana keputusan operasi dan pemasaran mempengaruhi laba operasi, berdasarkan pemahaman tentang hubungan antara biaya variabel per unit, total biaya tetap, harga jual, dan tingkat output. Dengan kata lain, analisis biaya-volume-laba menguji perilaku total pendapatan, total biaya, dan laba operasi ketika terjadi perubahan dalam tingkat output.¹²

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa analisis biaya volume dan laba membantu manajer untuk memahami hubungan harga jual, volume penjualan dan produksi, biaya, beban dan laba sebagai proses pembuatan keputusan.

Analisis titik impas (break event point) ialah suatu cara atau teknik yang digunakan oleh manajer perusahaan untuk mengetahui pada volume penjualan dan volume produksi berapakah suatu perusahaan yang bersangkutan tidak menderita kerugian dan tidak pula memperoleh laba. Dengan arti kata lain bahwa titik impas adalah suatu keadaan dimana perusahaan yang pendapatannya penjualannya sama dengan

⁹ Yulianto, pp. 77–78.

¹⁰ Yulianto, p. 77.

¹¹ Putri and Septyawati, p. 102.

¹² Hery, *Analisis Laporan Keuangan*, Jakarta (PT Grasindo, 2016), p. 209.

jumlah total biayanya, atau besarnya kontribusi margin sama dengan total biaya tetap. Dengan kata lain perusahaan tersebut tidak untung dan tidak rugi.¹³

Tentu saja para manajer menghendaki tingkat penjualan yang lebih tinggi ketimbang penjualan titik impas. Margin pengaman penjualan (Margin of Safety) adalah perbedaan antara tingkat penjualan yang diharapkan dengan penjualan titik impas. Margin of Safety juga mengidentifikasi jumlah penurunan rupiah penjualan yang boleh terjadi sebelum perusahaan menderita kerugian. Dalam kondisi perekonomian yang cenderung labil ini, para manajer perlu mengetahui tingkat terhadapnya perusahaan mereka dapat bertahan dalam keanjlokan penjualan.¹⁴

Margin kontribusi adalah jumlah pendapatan yang tersisa setelah dikurangi dengan biaya variabel. Setiap unit yang terjual mempunyai margin kontribusi unit (unit contribution margin), yang merupakan kelebihan harga jual di atas biaya variabel per unit. Margin kontribusi unit memberikan kenaikan jumlah margin kontribusi dalam laporan laba rugi, dan karenanya kenaikan pendapatan operasi, untuk setiap tambahan unit yang terjual.¹⁵

Oleh karena itu analisis break event merupakan alat yang efektif dalam memperoleh informasi manajemen untuk perencanaan laba sehingga manajer bisa memilih berbagai usulan kegiatan yang akan memberikan kontribusi terbesar terhadap pencapaian laba di masa yang akan akan.¹⁶

Berdasarkan penelitian terdahulu yang terkait dengan analisis biaya volume dan laba untuk perencanaan laba telah dilakukan sebelumnya oleh Mustainah (2019) dengan judul “Analisis Biaya Volume Laba Sebagai Alat Perencanaan Laba

¹³ Bastian Bustami and Nurlela, *Akuntansi Biaya* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006).

¹⁴ Henry Simamora, *Akuntansi*, Jilid II (Jakarta: Salemba Empat Grand Wijaya Center Blok D-7, 2000).

¹⁵ Simamora, p. 606.

¹⁶ Ririn Maya Angraini, Herman Karamoy, and Ventje Ilat, ‘Perencanaan Laba Pada Hotel Gran Puri Manado Dengan Menggunakan Metode Analisis Cost-Volume-Profit’, *Jurnal Emba ISSN 2303-1174*, 9.1 (2021), p. 659.

(SPBU CV. Sinar Hasmadani)” hasil tersebut menunjukkan biaya yang dikeluarkan dapat digunakan sebagai dasar untuk menghitung BEP. Volume penjualan juga mengalami peningkatan setiap tahun, disisi lain perhitungan margin kontribusi dan rasio margin kontribusi yang diperoleh pada 2016-2018 menunjukan bahwa perusahaan telah menghasilkan margin kontribusi yang dapat menutup biaya tetap dan menghasilkan laba maksimum, dan yang terakhir laba yang dicapai perusahaan dapat dijadikan sebagai dasar dalam perencanaan laba kedepan.

Sedangkan menurut Putri dan Septyawati (2018) dengan judul “Analisis Biaya-Volume-Laba (Cost-Volume-Profit) Multiproduk sebagai Alat Perencanaan Laba pada PT Marinal Indoprima di Sumenep” menunjukkan volume penjualan mengalami kenaikan setiap tahunnya (2011-2016). Perusahaan juga telah memproduksi diatas titik impas akan tetapi jika penjualan berkurang dari margin off safety maka akan mengalami kerugian. Yang artinya kenaikan volume penjualan belum bisa diartikan akan semakin banyak laba yang diperoleh.

Penelitian yang serupa juga dilakukan oleh Yulianto (2018) dengan judul “Analisis Biaya Volume Laba untuk Perencanaan Laba pada Perusahaan Es Batu Camplong di Sampang” Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan kenaikan volume penjualan dua kali lipat dari tahun sebelumnya sehingga target laba diasumsikan juga menjadi dua kali lipat akan tetapi jika tahun yang akan datang tidak mencapai target laba yang diinginkan maka secara otomatis perusahaan akan mengalami kerugian.

Menurut Mokoginta dkk (2018) dengan judul “Analisis Biaya Volume Multi Produk untuk Perencanaan Laba Jangka Pendek Bijimera Coffee and Roastery” juga menyatakan bahwa volume penjualan yang mengalami naik turun setiap bulannya dan juga margin pengamanan yang tinggi menunjukkan bahwa titik impas berada jauh dibawah penjualan aktual. Sedangkan menurut Worotitjan (2016) dengan judul “Analisis Cost-Volume-Profit untuk Perencanaan Laba pada UD. Gunung Emas Manado” menunjukkan Volume penjualan mengalami penurunan akan tetapi volume biaya tetap mengalami peningkatan dan biaya

variabel mengalami penurunan sehingga tidak mengalami kerugian karena telah melebihi titik impas yang telah ditetapkan.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu dapat diketahui bahwa tingkat volume penjualan yang tinggi belum dapat diartikan bahwa perusahaan tersebut memperoleh laba yang diinginkan. Oleh karena itu perlu diadakan analisis biaya volume dan laba sehingga manajemen akan memperoleh informasi tingkat penjualan minimal yang harus dicapai agar tidak mengalami kerugian pada perusahaan. Dimana sebagian besar UMKM belum banyak yang menerapkan perencanaan laba menggunakan analisis biaya volume dan laba karena pemilik hanya memperkirakan laba yang diperoleh tanpa adanya pembukuan yang pasti.

Analisis ini merupakan alat untuk merencanakan laba dengan melihat faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor yang mempengaruhinya yaitu biaya produksi, harga jual produk dan volume penjualan. Dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhinya perusahaan dapat dengan mudah mengetahui perubahan laba yang akan dicapai.

Lembaga Ilmu Indonesia (LIP) mencatat pada usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) lebih dari 70% UMKM mengalami penurunan penjualan dan laba hingga lebih dari 50%. Mayoritas 58,76% harga jual produk menurun di sisi lain biaya mengalami kenaikan. Rinciannya adalah bahan baku 45,07%, transportasi 23,41%, tenaga kerja 5,46% dan lain-lain 44,33%.

Hal tersebut yang membuat potensi resiko ketika UMKM tidak mampu bertahan sehingga akan mengalami kredit macet, PHK dan kebangkrutan. Tetapi UMKM memiliki cara untuk tetap bertahan, hal yang dapat dilakukannya antara lain yaitu pemotongan harga jual, mencari pasar baru dan mencari pemasok bahan baku yang lebih murah. Selanjutnya dapat melakukan pengurangan tenaga kerja, permohonan penundaan pembayaran dan keringan bunga bank.

Penelitian ini berusaha untuk memperlihatkan jika perusahaan tidak bisa dikatakan mendapatkan laba jika volume penjualan mengalami kenaikan atau sebaliknya perusahaan mengalami kerugian jika volume penjualan menurun. Karena untuk mendapatkan laba dipengaruhi oleh

tiga faktor yaitu harga jual produk, biaya yang dikeluarkan dan volume penjualan. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang analisis biaya, volume dan laba pada UMKM konveksi d.Sartika karena volume penjualan pada UMKM d.Sartika setiap bulannya mengalami naik turun dan cenderung stagnan. Hal tersebut dibuktikan dengan data penjualan UMKM Konveksi d.Sartika pada tahun 2020 sebagai berikut :

Tabel 1.2 Hasil Penjualan Produk UMKM Konveksi d.Sartika di Kota Kudus pada Tahun 2020

No	Bulan	Segi Empat	Pasma	Khimar Dewasa	Khimar Anak
1	Januari	100	80	90	60
2	Februari	110	75	80	75
3	Maret	95	85	70	70
4	April	120	90	85	85
5	Mei	140	115	95	90
6	Juni	110	95	75	100
7	Juli	120	100	85	105
8	Agustus	120	105	100	95
9	September	130	110	110	110
10	Oktober	140	120	100	120
11	November	135	130	110	130
12	Desember	130	120	105	125
	Total penjualan	1.450	1.225	1.105	1.165

Dengan adanya data penjualan tersebut sehingga peneliti ingin membuktikan jika perusahaan tidak bisa dikatakan mendapatkan laba jika volume penjualan mengalami kenaikan atau sebaliknya perusahaan mengalami kerugian jika volume penjualan menurun. Karena untuk mendapatkan laba dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu harga jual produk, biaya yang dikeluarkan dan volume penjualan. Sehingga penulis menggunakan objek pada UMKM Konveksi d.Sartika di Kota Kudus maka dari itu peneliti memilih judul “Analisis Biaya Volume dan Laba untuk Perencanaan Laba” (Studi Kasus Pada UMKM Konveksi d.Sartika di Singocandi Kota Kudus).

B. Rumusan Masalah

Merujuk pada latar belakang permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dan diteliti dalam penelitian ini yaitu bagaimana penerapan analisis biaya volume dan laba untuk perencanaan laba pada UMKM Konveksi d.Sartika di Kota Kudus.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian maka tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui penerapan analisis biaya volume dan laba untuk perencanaan laba pada UMKM Konveksi d.Sartika di Kota Kudus.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Sebagai penambah wawasan dan informasi mengenai analisis biaya volume dan laba untuk perencanaan laba sebagai peningkatkan laba dalam suatu perusahaan dan juga sebagai referensi penelitian lebih lanjut di waktu yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Bagi pelaku bisnis untuk memperoleh informasi tingkat penjualan minimal yang harus dicapai agar tidak mengalami kerugian.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi disusun bertujuan agar pokok-pokok masalah dapat dibahas urut dan terarah. Secara garis besar isi dari skripsi terdiri dari:

BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Pada bab ini berisi uraian tentang deskripsi teori, penelitian terdahulu dan kerangka berfikir.

- BAB III : Metode Penelitian
Pada bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan, *setting* penelitian, desain dan definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.
- BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan
Pada bab ini berisi tentang hasil penelitian yang di dalamnya memuat gambaran objek penelitian dan hasil analisis data dan pembahasan.
- BAB V : Penutup
Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan penelitian dan saran-saran.

