BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tujuan sebuah perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan atau laba yang dapat di pergunakan untuk kelangsungan hidup. Mendapatkan keuntungan atau laba dan besar kecilnya laba sering menjadi ukuran kesuksesan suatu manajemen. Hal tersebut didukung oleh kemampuan manajemen di dalam melihat kemungkinan dan kesempatan dimasa yang akan datang.

Manajemen dituntut untuk menghasilkan keputusan-keputusan yang menunjang terhadap pencapaian tujuan perusahaan serta mempercepat perkembangan perusahaan. Manajemen memerlukan suatu perencanaan untuk perusahaan dalam mencapai tujuannya tersebut. Ukuran yang sering dipakai untuk menilai sukses tidaknya manajemen suatu perusahaan adalah dari laba yang diperoleh perusahaan.

Manajer perusahaan harus dapat membuat perencanaan secara terpadu atas semua aktivitas yang sedang maupun akan dilakukan dalam upaya mencapai laba yang diharapkan. Dalam perencanaan maupun realisasinya manajer dapat memperbesar laba melalui langkah – langkah sebagai berikut:

1. Menekan biaya operasional serendah mungkin dengan mempertahankan tingkat harga jual dan volume penjualan yang ada.
2. Menentukan tingkat harga jual sedemikian rupa sesuai dengan laba yang dikehendak

3. Meningkatkan volume penjualan sebesar mungkin.

Ketiga langkah tersebut tidak dapat dilakukan secara terpisah atau sendiri-sendiri sebab ketiganya mempunyai hubungan yang erat bahkan saling berkaitan.

Salah satu perencanaan yang dibuat manajemen adalah perencanaan laba. Perencanaan laba berisikan langkah-langkah yang akan ditempuh perusahaan untuk mencapai besarnya target laba yang diinginkan. Laba merupakan tujuan utama dari perusahaan karena laba merupakan selisih antara pendapatan yang diterima (dari hasil penjualan) dengan biaya yang dikeluarkan, maka perencanaan laba dipengaruhi oleh perencanaan penjualan dan perencanaan biaya. Dalam perencanaan laba hubungan antara biaya, volume, dan laba memegang peranan yang sangat penting. Biaya menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang di kehendaki, harga jual mempengaruhi volume penjualan, sedangkan volume penjualan langsung mempengaruhi volume produksi dan volume produksi mempengaruhi laba.

Perencanaan laba memerlukan alat bantu berupa analisis biaya-volume-laba. Salah satu teknik analisis biaya-volume-laba adalah analisis *break even*. Impas sendiri di artikan keadaan suatu usaha yang yang tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi. Dengan kata lain suatu usaha di katakan impas jika jumlah pendapatan sama dengan jumlah biaya. Dengan demikian analisis *break even* adalah suatu alat yang di gunakan untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume penjualan (Bambang Riyanto, 2001;359). Dengan melakukan analisis

break even, manajemen akan memperoleh informasi tingkat penjualan minimal yang harus dicapai, agar tidak mengalami kerugian. Dari analisis tersebut, juga dapat diketahui sampai seberapa jauh volume penjualan yang direncanakan boleh turun, agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Analisis *break even* menyajikan informasi hubungan biaya, volume dan laba kepada manajemen. Sehingga memudahkan dalam menganalisis faktor yang mempengaruhi pencapaian laba perusahaan dimasa yang akan datang.

PR Kreatifa Hasta Mandiri adalah perusahaan yang melakukan berbagai upaya ke arah peningkatan volume penjualan dengan tujuan untuk meningkatkan keuntungan. Bertolak dari latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul: ”Analisis *Break Even* terhadap Perencanaan Laba PR. Kreatifa Hasta Mandiri Yogyakarta”

B. Indentifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah:

1. Perusahaan belum efektif dalam merencanakan laba melalui *break even point*
2. Pemisahan biaya menjadi biaya variabel dan biaya tetap belum secara tepat
3. Tingkat *break even point* untuk merencanakan laba belum dihitung
4. Besar jumlah realisasi penjualan belum sama dengan anggaran penjualan

5. Perubahan elemen penentu *break even point* belum tentu berpengaruh terhadap perencanaan laba
6. Perusahaan belum dapat menghitung dengan tepat jumlah penjualan yang harus dicapai perusahaan untuk memenuhi *break even point*.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan pada identifikasi masalah, peneliti membatasi masalah pada tingkat *break even* untuk merencanakan laba dan perubahan elemen penentu *break even point* pada PR. Kreatifa Hasta Mandiri tahun 2009, 2010, 2011, karena tingkat *break even point* untuk merencanakan laba belum dihitung secara terperinci.

D. Rumusan Masalah

1. Berapa penjualan yang harus dipertahankan agar PR. Kreatifa Hasta Mandiri tidak mengalami kerugian tahun 2009, 2010, 2011?
2. Berapa jumlah penjualan minimal yang harus dicapai pada jumlah laba yang direncanakan PR. Kreatifa Hasta Mandiri tahun 2009, 2010, 2011?
3. Bagaimana akibat dari perubahan elemen penentu *break even point* terhadap perencanaan laba pada PR. Kreatifa Hasta Mandiri tahun 2009, 2010, 2011?

E. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui penjualan yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian tahun 2009, 2010, 2011.
2. Mengetahui jumlah penjualan minimal yang harus dicapai pada jumlah laba yang direncanakan PR. Kreatifa Hasta Mandiri pada tahun 2009, 2010, 2011.
3. Mengetahui akibat dari perubahan elemen penentu *break even point* terhadap perencanaan laba pada PR. Kreatifa Hasta Mandiri tahun 2009, 2010, 2011.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian yang akan dilaksanakan diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

   Sebagai referensi penelitian dalam penulisan skripsi mengenai analisis *break even* untuk merencanakan laba perusahaan.

2. Secara Praktis

   Analisis *break even* dapat digunakan sebagai informasi bagi manajemen PR. Kreatifa Hasta Mandiri untuk menyusun perencanaan laba yang lebih baik sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan.