

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri garmen merupakan salah satu bentuk bisnis dibidang busana yang memproduksi barang mentah menjadi barang siap pakai dalam jumlah yang banyak. Perkembangan industri garmen di Asia dimulai pada awal Tahun 1950 dimana banyaknya industri garmen di Jepang dan China. Awal berkembangnya industri garmen di Indonesia yaitu sejak Tahun 1975-an dimana persaingan dalam industri garmen semakin ketat. Persaingan ini membuat industri garmen di Indonesia bertambah di pasar lokal maupun pasar internasional melalui ekspor impor.

Di tengah perkembangan industri garmen di Indonesia yang semakin pesat, industri garmen di Indonesia mengalami beberapa ancaman seperti Krisis Global Tahun 2008. (Mudrajad, 2011) menyatakan bahwa beberapa tahun terakhir para pelaku bisnis industri tekstil dan produk tekstil prihatin karena sejumlah kejadian yang mengancam industri pertekstilan dan garmen di Indonesia, antara lain bom Bali dan kebakaran pasar Tanah Abang yang mengancam kelangsungan industry kecil di Pulau Jawa dan Sumatera. Selain itu kenaikan harga BBM, tarif listrik, tarif telepon, tarif angkutan, dan harga bahan baku semakin naik. Hal ini diperparah oleh serbuan tekstil dan produk tekstil impor dengan adanya ASEAN-China *Free Trade Area* (ACFTA) pada Tahun 2010.

Pada tahun 2010, industri garmen juga dihadapi oleh ancaman adanya keberadaan produk tekstil asal China yang telah menggusur produk tekstil dan garmen nasional. Ancaman ini semakin parah ketika diberlakukannya pelaksanaan ASEAN-China *Free Trade Agreement* (ACFTA) pada 1 Januari 2010. (Triaswati, 2010) menyatakan bahwa pasar bebas ini tak sepenuhnya mendatangkan keuntungan, untuk beberapa sektor industri, kerja sama ini justru mengancam. Angka ekspor yang lebih rendah dibandingkan impor selama 5 tahun terakhir turut menjadi faktor yang meresahkan.

Keberadaan produk tekstil asal China telah menggusur produk tekstil dan garmen nasional yang sebenarnya sudah memiliki jaringan kuat hingga ke plosok tanah air. (Sudrajat, 2011) menyatakan bahwa Indonesia hanya menempati posisi keempat setelah China, Bangladesh, dan Vietnam untuk ekspor garmen ke AS. Indonesia juga melorot ke posisi delapan besar eksportir garmen terbesar ke Uni Eropa setelah sempat menempati posisi kedua dibelakang China. Penurunan tersebut terjadi karena permintaan terus meningkat tetapi Indonesia tidak mampu mengimbangi permintaan tersebut dengan pasokan yang cukup karena minimnya ekspansi.

Fenomena diatas menunjukkan bahwa di era globalisasi tentunya tidak lejang oleh ancaman, tantangan, bahkan rintangan yang membuat persaingan dalam industri garmen semakin ketat, terutama di Indonesia. Untuk bisa bertahan di era tersebut, perusahaan memerlukan penanganan dan pengolahan yang baik. Penanganan dan pengelolaan yang baik tersebut hanya dapat dilakukan oleh manajemen yang baik pula. Dengan adanya penanganan dan pengelolaan yang

baik, perusahaan lokal diharapkan mampu menghasilkan produk-produk dalam negeri yang lebih berkualitas dan bersaing di pasar lokal bakal internasional.

Pihak manajemen selain dituntut untuk dapat mengoordinasikan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan secara efektif dan efisien, juga dituntut untuk menghasilkan keputusan-keputusan yang menunjang pencapaian tujuan perusahaan serta mempercepat perkembangan perusahaan. Manajer hendaknya dapat berfikir kritis dalam mengambil setiap keputusan agar dapat membawa dampak yang baik bagi perkembangan perusahaan.

Salah satu ukuran untuk menilai keberhasilan manajemen suatu perusahaan adalah laba yang didapatkan oleh perusahaan. Untuk bisa mencapai laba yang ditargetkan, maka perlu adanya perencanaan laba. Tiga faktor yang sangat mempengaruhi laba yaitu : volume produk yang dijual, harga jual produk, dan semua biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk. Biaya menentukan harga jual untuk mencapai tingkat pendapatan yang diinginkan, harga jual mempengaruhi volume penjualan, sedangkan volume penjualan berpengaruh pada volume produksi, dan volume produksi mempengaruhi biaya. Tiga faktor tersebut saling berkaitan satu dengan yang lain. Oleh karena itu, dalam perencanaan laba jangka pendek hubungan antara biaya, volume, dan laba memegang peranan yang sangat penting, sehingga dalam pemilihan alternatif tindakan dan perumusan kebijakan untuk masa yang akan datang manajemen memerlukan informasi biaya, volume, dan laba untuk menilai berbagai macam kemungkinan yang berakibat terhadap laba yang akan datang. Dengan adanya

perencanaan laba perusahaan dapat mengendalikan biaya bahkan dapat mengidentifikasi masalah-masalah yang ada dalam perusahaan. (Blocher, 2009) menyatakan bahwa analisis *cost-volume-profit* merupakan metode yang digunakan untuk mengambil keputusan dalam keputusan pemasaran dalam mempengaruhi laba bersih.

Menentukan titik impas dan tingkat output yang diperlukan untuk mencapai laba operasi juga harus dilakukan manajer agar risiko terjadinya kerugian dapat dihindari. Berdasarkan hal tersebut manajer harus menemukan suatu metode alternatif untuk membantu dalam keputusan yang mereka ambil. Penerapan biaya-volume-laba (*Cost-volume-profit/CVP*) dapat dipakai menjadi alternatif pilihan yang tepat bagi perusahaan, selain dapat menentukan berapa banyak unit produk baru harus dijual agar mencapai titik impas, analisis CVP juga dapat menguji perilaku pendapatan total, biaya total, dan laba operasi ketika terjadi perubahan dalam tingkat output, harga jual, biaya variabel per unit, atau biaya tetap produk. (Supriyono, 2000) menyatakan bahwa titik impas merupakan suatu keadaan diaman perusahaan dalam total penghasilan sama dengan total biaya. Biaya dalam analisis *break even point* terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel

Melihat dari uraian dan latar belakang tersebut, maka penulis sangat tertarik untuk lebih jauh secara mendalam melakukan penelitian dengan mengambil judul: “Penerapan *Cost-Volume-Profit* dalam Hubungan dengan Perencanaan Laba pada PT Unggul Makmur Sejahtera”.

1.2 Batasan Masalah

Batasan masalah penelitian ini adalah penerapan *cost-volume-profit* dalam hubungannya dengan perencanaan laba pada PT Unggul Makmur Sejahtera dengan data pada tahun 2020.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan uraian di atas, maka rumusan masalah yang dikemukakan adalah sebagai berikut: “Bagaimana Penerapan *Cost-Volume-Profit* dalam Hubungan dengan Perencanaan Laba pada PT Unggul Makmur Sejahtera?”.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan *cost-volume-profit* dalam hubungannya dengan perencanaan laba perusahaan.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan manfaat dikemudian hari bagi semua pihak yang dapat digolongkan dalam:

a. Aspek Akademis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan khasanah baru dalam ilmu pengetahuan bagi para akademisi terutama yang berkaitan dengan aplikasi analisis biaya-volume-laba sebagai alat perencanaan laba.
2. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya untuk lebih dikembangkan dan di aplikasikan pada berbagai perusahaan.

3. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan indikator penerapan ilmu yang diperoleh dibangku kuliah, sehingga lebih menguasai kembali dari ilmu yang didapat pada saat menempuh mata kuliah Akuntansi Manajemen dan Akuntansi Biaya di semester sebelumnya.
4. Memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk dapat menganalisis kesinkronisasian antara teori dengan penerapannya di lapangan.

b. Aspek Praktis

Hasil analisis atau simulasi ini sebagai masukan dan sumbangan pemikiran bagi perusahaan yang diharapkan dapat dijadikan suatu metode untuk merencanakan laba dan dapat menginformasikan tentang bagaimana merencanakan dan menentukan biaya-biaya, volume penjualan, harga jual, persediaan produk/barang, dan laba yang akan datang yang menjadi tujuan dan harapan perusahaan.

