

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis semakin luas dan berkembang. Banyak usaha-usaha dari skala kecil, menengah hingga berskala besar mulai bermunculan. Banyak persaingan di dunia usaha untuk merebut dan menguasai pasar, terlebih lagi dengan semakin selektifnya konsumen untuk memilih barang yang memiliki mutu tinggi dengan harga yang relatif murah. Untuk itu, suatu perusahaan dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat agar mencapai tujuan perusahaan.

Tujuan utama suatu perusahaan adalah memperoleh keuntungan atau laba yang selanjutnya dipergunakan untuk kelangsungan hidup. Mendapatkan keuntungan besar atau kecil sering menjadi ukuran kesuksesan suatu manajemen. Hal tersebut didukung oleh kemampuan manajemen dalam memanfaatkan dan melihat potensi atas kemungkinan dan kesempatan dimasa yang akan datang.

Laba atau keuntungan menurut Purwanto (2010:39) adalah uang yang tersisa setelah perusahaan mengurangi biaya-biaya untuk memproduksi dan memasarkan barang atau jasa dari penerimaannya. Menurut Harahap dan Nirmala dkk (2010:41) Laba atau keuntungan merupakan salah satu tujuan utama perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya, pihak manajemen selalu merencanakan besar perolehan laba setiap periode yang ditentukan, melalui target yang harus dicapai. Dari beberapa pendapat tersebut, dapat

disimpulkan bahwa laba adalah suatu keuntungan yang dimiliki suatu perusahaan yang merupakan kelebihan penghasilan dimana pendapatan lebih besar dari pada beban usaha dalam suatu periode tertentu.

Laba yang diharapkan oleh perusahaan dapat dicapai dengan menyusun strategi rancangan atau perencanaan laba. Menurut Supriyono (2002:331) perencanaan laba (*profit planning*) adalah perencanaan yang digambarkan secara kuantitatif dalam keuangan dan ukuran kuantitatif lainnya. Di dalamnya juga ditentukan tujuan laba yang dicapai oleh perusahaan. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa perencanaan laba adalah rencana kerja yang telah diperhitungkan dengan cermat dan digambarkan secara kuantitatif dalam bentuk laporan keuangan untuk jangka pendek dan jangka panjang. Sedangkan menurut Terry (2007:163) perencanaan adalah tindakan memilih dan menggabungkan fakta serta menggunakan asumsi-asumsi mengenai masa yang akan datang dengan jalan menggambarkan atau merumuskan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Perencanaan laba bertujuan untuk menentukan berapa jumlah laba yang diinginkan oleh perusahaan. Perencanaan laba tersebut sangat penting bagi perusahaan untuk mempertahankan kedudukannya dalam persaingan dalam negeri maupun di luar negeri.

Pabrik Tahu Pink Jaya Oebufu-Kupang adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang industri Tahu. Perusahaan ini melayani kebutuhan masyarakat dalam hal kebutuhan akan pangan dan dalam memproduksi perusahaan ini memproduksi secara kontinyu atau secara terus menerus. Pabrik

Tahu Pink Jaya bukan hanya dibeli oleh perorangan untuk kebutuhan konsumsi sehari-hari, tetapi juga dibeli oleh pemilik rumah makan dan pedagang gorengan.

Namun pada umumnya perusahaan Pabrik Tahu Pink Jaya Oebufu-Kupang melihat laba hanya sebagai selisih antara harga jual dengan biaya produksi tanpa memperhatikan apakah besarnya laba itu akan menunjang keberlanjutan usaha. Keberlanjutan dan berkembangnya usaha tergantung pada kelayakan usaha yaitu sangat ditentukan oleh tingkat laba yang diperoleh. Untuk itu maka setiap usaha produksi perlu dilakukan perencanaan laba dengan tepat, sehingga laba yang diperoleh sebagian digunakan untuk melanjutkan dan mengembangkan usaha.

Pabrik Tahu Pink Jaya Oebufu-Kupang tidak membuat perencanaan laba untuk usaha tahu, sehingga tidak diketahui berapa laba yang ingin dicapai oleh Pabrik Tahu Pink Jaya, berapa penjualan minimal untuk membandingkan dengan laba yang diperoleh. Pabrik Tahu Pink Jaya menentukan target penjualannya hanya berdasarkan estimasi tanpa ada perhitungan berapa biaya yang dikeluarkan dalam menghasilkan jumlah tersebut. Dengan demikian tidak ada perencanaan laba seperti berapa presentase laba yang ingin dicapai dari target produksi atau penjualan. Perencanaan laba merupakan hal yang sangat penting sebagai suatu informasi berapa target laba yang ingin diperoleh suatu perusahaan sekaligus sebagai dasar bagi perencanaan berikutnya.

Perusahaan Pabrik Tahu Pink Jaya Oebufu-Kupang adalah perusahaan yang sudah cukup lama di Kota Kupang dan cukup berkembang. Pada

beberapa tahun terakhir penjualan cenderung menurun, sehingga perolehan laba pada perusahaan Pabrik Tahu Pink Jaya Oebufu-Kupang selama empat tahun terakhir, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1
Perkembangan Laba Perusahaan Tahu Pink Jaya Oebufu-Kupang
Tahun 2017-2020

Tahun	Produksi /papan	Harga jual /papan (Rp)	Total Biaya (Rp)	Omset Penjualan (Rp)	Laba (Rp)
2017	47.360	40.000	1.207.347.500	1.894.400.000	687.052.500
2018	59.200	40.000	1.508.687.500	2.368.000.000	859.312.500
2019	53.280	45.000	1.594.367.500	2.397.600.000	803.232.500
2020	47.360	50.000	1.611.447.500	2.368.000.000	756.552.500

Sumber: Pabrik Tahu Pink Jaya Oebufu-Kupang 2021

Tabel 1.1 menunjukkan tentang perkembangan jumlah produksi/papan selalu naik turun, hal ini tergantung pada permintaan pasar. Namun, diikuti dengan kenaikan harga jual/papan, sehingga setiap tahun perusahaan memperoleh laba tidak stabil, sangat tergantung pada omset penjualan.

Hal ini didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kessi Purwandi (2004) yang berjudul “Analisa Biaya-Volume-Laba sebagai alat bantu perencanaan laba pada UD. Sri Rejeki pengolahan kayu” dan penelitian yang dilakukan oleh Rhibels (2010) melakukan penelitian yang berjudul “Analisis BEP Multi Produk Sebagai Alat Perencanaan Laba CV. Cahaya Selatan produksi sendal” diperoleh hasil kedua perusahaan tersebut dapat merencanakan laba dan mencapai *Break Even Point* (BEP).

Berdasarkan fenomena tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Perencanaan Laba Pada Pabrik Tahu Pink Jaya Oebufu-Kupang”**.

B. Rumusan Masalah Penelitian

1. Berapakah volume penjualan agar perusahaan mencapai titik impas atau *break even point*?
2. Bagaimana perhitungan *margin of safety* pada penjualan tahu Pink Jaya?
3. Bagaimana perhitungan margin kontribusi pada penjualan tahu Pink Jaya?
4. Berapakah tingkat peramalan penjualan yang optimal pada tahun 2021-2024 Pabrik Tahu Pink Jaya Oebufu-Kupang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui volume penjualan agar perusahaan mencapai titik impas atau *break even point*.
2. Untuk mengetahui *margin of safety* pada penjualan tahu Pink Jaya.
3. Untuk mengetahui margin kontribusi pada penjualan tahu Pink Jaya.
4. Untuk mengetahui tingkat peramalan penjualan yang optimal pada tahun 2021-2022 Pabrik Tahu Pink Jaya Oebufu-Kupang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Pabrik Tahu Pink Jaya

Sebagai informasi bagi pemilik usaha Pabrik Tahu Pink Jaya Oebufu-Kupang untuk penyusunan perencanaan laba yang lebih baik sehingga dapat memperkirakan laba usaha yang tepat.

2. Bagi penelitian lain

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi referensi dalam penulisan selanjutnya mengenai perencanaan laba perusahaan.