

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Semakin berkembangnya dunia perkenomian, semakin banyaknya individu maupun sekelompok individu yang memutuskan untuk melakukan kegiatan bisnis. Bisa jadi kegiatan bisnis tersebut merupakan fokus utamanya ataupun menjadi usaha sampingannya.

Kegiatan tersebut menunjukkan individu atau sekelompok individu tersebut sedang melakukan aktivitas pengalokasian sumber daya yang dimiliki, ke dalam kegiatan produksi yang menghasilkan barang maupun jasa. Dengan tujuan barang atau jasa yang diproduksi mampu menghasilkan laba.

Maka pihak manajemen dituntut lebih kinerjanya dalam perencanaan dan pengendalian. Hal ini dilakukan demi keberlangsungan hidup perusahaan dalam situasi ekonomi yang akan dihadapi di masa mendatang, melihat persaingan bisnis yang semakin ketat.

Pengendalian manajemen terdiri dari beberapa kegiatan, meliputi: merencanakan (*planning*), mengoordinasikan (*coordinating*), mengkomunikasikan (*informing*), mengevaluasi (*evaluation*), memutuskan (*deciding*) tindakan apa saja yang seharusnya diambil, mempengaruhi (*influencing*) orang-orang untuk mengubah perilaku mereka (Anthony dan Govindarajan, 2011). Hal yang pertama dan krusial dalam melakukan sesuatu memang perencanaan, karena kegiatan yang lain akan saling berkesinambungan. Apabila perencanaan sudah baik, maka mampu mendukung kegiatan yang lain agar menghasilkan hasil yang baik pula.

Informasi akuntansi akan membantu manajemen dalam mengambil sebuah keputusan. Sebuah keputusan dapat berlaku untuk keputusan jangka pendek maupun keputusan jangka panjang. Antara keputusan jangka pendek dan panjangpun saling berhubungan, sehingga ketika sedang menentukan keputusan tidak boleh saling mengabaikan satu sama lain. Ketika mengambil sebuah keputusan, tentunya perusahaan melihat kembali bagaimana perencanaan awal dari sebuah perusahaan. Sehingga perencanaan yang baik, menjadi pedoman ketika sebuah perusahaan sedang mengalami permasalahan.

Keputusan dalam menjalankan bisnis tentu dengan tujuan mendapatkan laba, maka dari itu pentingnya sebuah perusahaan melakukan perencanaan laba. Perencanaan laba dapat dilakukan dengan analisa biaya volume laba (*Cost Volume Analysis – CVP Analysis*). Menurut Hansen *et al* (2017) analisis biaya volume laba adalah suatu alat yang berguna dalam melakukan perencanaan dan pengambilan keputusan. *CVP Analysis* membahas mengenai hubungan antara perilaku pendapatan, volume penjualan, biaya serta laba.

Sebelum melakukan *CVP Analysis*, langkah awal yang dilakukan adalah dengan menentukan titik impas atau *Break Even Point (BEP)*. *BEP* merupakan titik di mana total pendapatan sama dengan total biaya, titik di mana laba sama dengan nol (Hansen dan Mowen, 2009).

Bisnis yang dari dulu hingga sekarang masih digemari oleh beberapa orang adalah bisnis *coffee shop*. Menurut Data Euromonitor pada tahun 2016 menunjukkan, jumlah kedai kopi retail dan *specialty coffee* meningkat dua kali lipat sepanjang lima tahun terakhir, masing-masing sebanyak 1.025 dan 1.083

buah (<https://kumparan.com/@kumparanfood/kopi-candu-masa-kini>) Peningkatan akan hal tersebut, menunjukkan semakin meningkatnya persaingan dalam bisnis *coffee shop*.

Sebuah peluang dan tantangan tersendiri ketika membuka bisnis *coffee shop* di kota kecil, apalagi di daerah yang belum terlalu banyak membuka usaha *coffee shop*. Contohnya adalah kota Magelang, menurut data jumlah *coffee shop* yang terdaftar di internet dan hasil survei menunjukkan bahwa hanya terdapat sepuluh *coffee shop* yang berada di Kota Magelang.

Tabel 1.1
Daftar Nama *Coffee Shop* di Kota Magelang

| No | Nama |
|-----|-------------------------------------|
| 1. | <i>Coffeerville Brewery</i> |
| 2. | <i>The Cabin Coffee Bar</i> |
| 3. | <i>Brain Suck</i> |
| 4. | <i>Coffee Toffee</i> |
| 5. | <i>D'latte</i> |
| 6. | Rumah Kopi |
| 7. | Rumah Kopi Signature |
| 8. | <i>La Cupole By He and She</i> |
| 9. | <i>Reys Gelato & Coffee Bar</i> |
| 10. | Kopi Wayang |

Sumber: www.google.com

Walaupun budaya “ngopi” serta *lifestyle* warga Kota Magelang belum terlalu signifikan seperti kota metropolitan lainnya, namun dengan berkembangnya

jaman, budaya “ngopi” serta *lifestyle* akan dengan mudah mempengaruhi masyarakat. Dalam bidang pariwisata, Kota Magelang dapat menjadi salah satu sasaran wisatawan asing maupun lokal sehingga Kota Magelang dapat menjadi salah satu kota yang menjadi target dalam melakukan bisnis.

Senopati Kopi merupakan *coffee shop* yang berlokasi di Jalan Panembahan Senopati, Senopati Square No.1, Magelang. Senopati Kopi memulai bisnisnya pada Oktober 2018 dan masih berdiri hingga saat ini. Senopati Kopi menjual tiga macam kopi yaitu Arabica, Robusta, dan Blend dengan menggunakan biji kopi yang berasal dari Garut, Ijen, Gayo, Krinci, dan Gunung Halu. Terdapat beberapa metode yang digunakan dalam menjual kopi di Senopati Kopi yaitu V60, vietnam drip, tubruk, *french press*, *kalita*, *rivers*, mesin *espresso*. Tujuan utama dari pendiri Senopati Kopi adalah mengenalkan kopi *specialty* nusantara dan mengembangkan budaya “ngopi” di kota Magelang.

Walaupun dalam pengelolaan keuangan di Senopati Kopi sudah berjalan cukup baik, seperti dalam pencatatan dan pelaporan keuangan, namun Senopati Kopi belum memiliki perencanaan laba. Dengan umur bisnis yang masih muda ini, penting bagi Senopati Kopi untuk memiliki perencanaan laba.

Dengan adanya perencanaan laba akan membantu pihak manajer dalam mengetahui target volume penjualan yang harus dicapai sehingga mencapai sejumlah laba yang ditargetkan. Diharapkan juga laba yang diperoleh Senopati Kopi tidak hanya sebatas untuk pengembalian modal, maupun pembelian seperti bahan baku, pembiayaan perawatan mesin, dan keperluan Senopati Kopi lainnya.

Namun dari laba yang didapatkan, diharapkan mampu membantu Senopati Kopi dalam meningkatkan kualitas Senopati Kopi dalam hal lainnya.

Misalnya, seperti keinginan pemilik dari Senopati Kopi, beliau menginginkan untuk membeli alat *coffee roasting*. Di mana, harga alat *coffee roasting* mampu dikatakan cukup mahal. Bila perencanaan laba sudah dibuat dengan baik, perencanaan tersebut mampu menjadi acuan bagi Senopati Kopi dalam meningkatkan penjualan, sehingga keinginan untuk membeli alat *coffee roasting* bisa terwujud.

Tidak jauh dari lokasi Senopati Kopi terdapat beberapa *coffee shop* antara lain: Coffeeville, Kopi wayang, Rey's Gelato and Coffee. Namun, Senopati Kopi sendiri memiliki keunggulan dibandingkan *coffee shop* lain yang ada di Kota Magelang, yaitu dengan menggunakan *design* tempat *minimalist scandinavian design*. Karena di Kota Magelang belum ada tempat yang menggunakan *design* tersebut. Maka hal itu menjadi keunggulan dan daya tarik bagi konsumen. Sebelah kiri Senopati Kopi juga berdiri sebuah salon yang bernama Salon Nugli. Salon tersebut lebih awal berdiri sebelum Senopati Kopi.

Melihat dari sisi keunggulan yang dimiliki oleh Senopati Kopi, serta lokasi Senopati Kopi yang strategis, menjadikan hal tersebut sebuah peluang yang baik bagi Senopati Kopi dalam menarik konsumen untuk datang. Agar peluang tersebut dapat digunakan dengan sebaik mungkin, perencanaan laba dapat menjadi acuan, sehingga pihak manajer terus membenahi dan meningkatkan kinerja guna mencapai tujuan perusahaan. Perencanaan laba juga membantu pihak manajer

Senopati Kopi dalam mengidentifikasi berbagai solusi pada berbagai macam kondisi ekonomi yang akan dihadapi.

Dari uraian latar belakang di atas, maka penulis akan melakukan sebuah penelitian yang berjudul “**Analisis Biaya Volume Laba sebagai Alat Perencanaan Laba pada Senopati Kopi**”

1.2. Rumusan Masalah

1. Berapa *Break Even Point* dalam rupiah yang harus dicapai oleh Senopati Kopi?
2. Berapa pendapatan minimum per tahun yang harus dicapai Senopati Kopi dalam rupiah?

1.3. Batasan Masalah

Untuk membatasi ruang lingkup pembahasan dalam penelitian, maka terdapat batasan masalah sebagai berikut:

1. Data biaya produk yang diperlukan adalah biaya yang dikeluarkan mulai dari bulan Oktober 2018 sampai April 2019.
2. Metode depresiasi aset tetap menggunakan metode depresiasi garis lurus. Dengan aset tetap yang nilai perolehannya lebih dari Rp 1.000.000.

1.4. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui berapa *Break Even Point* dalam rupiah yang harus dicapai oleh Senopati Kopi.
2. Mengetahui berapa pendapatan minimum per tahun yang harus dicapai Senopati Kopi dalam rupiah.

1.5. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan manfaat yang diperoleh bagi Senopati Kopi adalah penelitian ini dapat menjadi saran sebagai bahan pertimbangan ketika Senopati Kopi melakukan perencanaan laba kedepannya, sehingga bisnis ini tetap mampu bertahan dalam kondisi ekonomi yang akan dihadapi oleh perusahaan, serta penelitian ini diharapkan mampu memperbaiki dan meningkatkan kinerja manajemen.

1.6. Metode Penelitian

1.6.1. Objek Penelitian

Objek penelitian yang dilakukan penulis adalah “**Senopati Kopi**” yang berlokasi di Jalan Panembahan Senopati, Senopati Square No.1, Jurangombo Utara, Magelang Selatan, Jawa Tengah.

1.6.2. Data yang Diperlukan

Data yang diperlukan oleh penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Jenis produk minuman dan makanan yang diteliti meliputi harga setiap produk minuman dan makanan tersebut.
2. Semua biaya yang dikeluarkan dan data penjualan selama bulan Oktober 2018 sampai April 2019.

1.6.3. Metode Pengumpulan Data

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Survei pendahuluan yang dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi saat ini.

2. Survei lapangan dengan melakukan survei terkait data yang dibutuhkan penulis yang digunakan untuk penelitian. Untuk mendapatkan data secara langsung dari perusahaan, penulis menggunakan teknik:

a. Observasi

Observasi merupakan teknik atau pendekatan untuk mendapatkan data primer dengan cara mengamati langsung objek datanya (Hartono, 2013). Penelitian langsung ke *coffee shop* yang menjadi objek penelitian yaitu Senopati Kopi yang ada di Magelang.

b. Wawancara

Wawancara adalah komunikasi dua arah untuk mendapatkan data dari responden (Hartono, 2013). Wawancara dilakukan dengan pihak yang terkait untuk mengetahui sejarah dan dokumen yang akan digunakan. Penulis akan memberikan pertanyaan kepada pihak yang terkait yaitu pelaku usaha dan pihak-pihak lain yang berpengaruh pada saat bisnis dijalankan untuk mendukung data yang dibutuhkan untuk penelitian.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan kegiatan mengumpulkan data(dokumen), bisa data primer maupun data sekunder, di mana data tersebut dapat mendukung proses penelitian hingga nantinya menghasilkan sebuah hasil penelitian yang akurat.

1.6.4. Analisis Data

Langkah-langkah yang dilakukan oleh penulis dalam menganalisis data di dalam penelitian ini adalah:

1. Mengelompokkan produk.
2. Menentukan harga rata-rata tiap kelompok produk.
3. Menentukan biaya tetap langsung tiap kelompok produk, dan alokasi biaya tetap bersama.
4. Menentukan biaya variabel rata-rata tiap kelompok produk.
5. Menentukan margin kontribusi tiap kelompok produk.
6. Menentukan rasio margin kontribusi tiap kelompok produk.
7. Menghitung titik impas (*BEP*) tiap kelompok produk.
8. Menghitung pendapatan minimum per tahun.

1.7. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

BAB I menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

BAB II menjelaskan mengenai teori analisis biaya volume laba, serta teori-teori yang menjadi landasan pada penelitian.

BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

BAB III menjelaskan tentang gambaran perusahaan secara umum, seperti sejarah, struktur organisasi, personalia perusahaan, sistem pemasaran, fasilitas, produk yang dijual, dan target konsumen.

BAB IV : ANALISIS DATA

BAB IV menjelaskan tentang analisis data di Senopati Kopi untuk mendapatkan *Break Even Point* per produk dalam unit, dan pendapatan minimum yang harus diperoleh.

BAB V : PENUTUP

BAB V menjelaskan kesimpulan yang dapat diperoleh berdasarkan analisis data yang telah dilaksanakan dalam penelitian dan saran yang dapat diberikan peneliti bagi Senopati Kopi untuk melakukan perencanaan laba.