

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UMKM atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah menjadi salah satu sumber utama pendongkrak ekonomi terbesar di negara berkembang seperti Negara Indonesia, dengan pertumbuhan UMKM diharapkan menjadi salah satu langkah strategis mengatasi kesenjangan sosial dan ekonomi. UMKM mampu bertahan dan berpotensi untuk berkemajuan serta dijadikan pilar masa depan, pada saat jika terjadi krisis ekonomi. Dalam rangka pembangunan ekonomi Indonesia, UMKM berperan sebagai sektor penting karena mayoritas penduduknya berpendidikan menengah kebawah dan menggantungkan hidup dari usaha kecil baik di sektor modern atau tradisional. UMKM memiliki ciri khusus seperti teknologi tepat guna sederhana, padat karya, dan menjangringbanyak karyawan baru sehingga mampu menekan angka kemiskinan masyarakat, mendistribusikan pendapatan, dan berperan penting terhadap negara di aktivitas ekonomi. Selain itu, usaha mikro, kecil, dan menengah bisa dikatakan menjadi subsektor aktivitas ekonomi yang berperan penting dalam menguatkan struktur dalam aktivitas ekonomi makro (Heni, 2020).

Setiap UMKM pada hakikatnya diciptakan sedemikian rupa sehingga memiliki tujuan dan sasaran untuk mencapai keuntungan sebesar-besarnya bagi keberlangsungan perusahaan itu sendiri. Dari waktu ke waktu, dunia bisnis semakin kompetitif, perusahaan membutuhkan perencanaan dan keputusan manajemen yang tepat demi bertahan dalam persaingan ketat. Selain hal tersebut,

dengan perencanaan dan pengambilan suatu keputusan yang akurat serta tepat, dapat membantu memperkirakan besarnya *return* yang akan dihasilkan perusahaan, sehingga laba yang diperoleh menjadi semakin maksimal (Lengkong, 2022).

Laba adalah nilai tambah antara total pendapatan dikurangi total biaya. Sebelum mengambil keputusan, manajemen perlu memperhatikan besarnya hasil pendapatan dan pengeluaran agar perusahaan tidak merugi dikemudian hari. Sebab itu, perencanaan kinerja menjadi faktor penting bagi suatu perusahaan, sebab manajer bisa menggunakan rencana tersebut untuk menentukan aktivitas perusahaan demi tercapainya tujuan kinerja yang telah ditentukan. Beberapa metode dapat digunakan untuk melaksanakan perencanaan laba dan salah satu metodenya adalah analisis *cost volume profit* (Astutik, 2019).

Ardianti (2020) menyatakan bahwa *contribution margin* difungsikan sebagai penentu jumlah persediaan untuk menutupi biaya tetap, selanjutnya sisanya adalah keuntungan untuk kurun waktu yang telah ditentukan. Pada saat perusahaan tidak dalam kondisi untung atau rugi, keadaan tersebut bisa disebut sebagai *Break even point* (Chintya, 2019). *Margin of safety* (batas keamanan) digunakan untuk mengkalkulasi angka penjualan produk berpotensi jatuh sebelum mengalami kerugian. Heni (2020) menjelaskan bahwa *operating leverage* sebagai pengukur kemampuan manajemen untuk menggunakan biaya tetap demi meraih tingkat kinerja tertentu. *Shutdown point* digunakan untuk mengetahui pada titik penjualan mana bisnis perusahaan tidak dapat dilanjutkan secara finansial. Analisis target laba berfungsi sebagai penentu jumlah penjualan

sesuai kebutuhan untuk mencapai target laba yang sudah ditentukan dalam perencanaan (Rosianna, 2021).

Analisis *cost volume profit* (biaya volume laba) menjadi alat pendukung penting untuk bagian manajer perusahaan guna memahami relasi antara volume, biaya, dan laba (Luntungan, 2021). Analisis *cost volume profit* (biaya volume laba) mengacu pada volume penjualan produk, biaya operasional, harga produk yang ditentukan serta bauran produk secara menguntungkan. Analisis *cost volume profit* menjadi sarana penting dalam upaya menetapkan keputusan bisnis. Keputusan yang dimaksud meliputi jenis pilihan jasa dan produk yang bisa ditawarkan, harga yang ditentukan, penerapan strategi memasarkan produk dan menggunakan struktur biaya. Berdasarkan hal tersebut, untuk mendapatkan informasi sebagai penentu jumlah laba atau penjualan yang dibutuhkan perusahaan demi mencapai titik impas atau memenuhi target laba, perusahaan dapat menggunakan Analisis *cost volume profit*. Menurut Safitri (2017) *contribution margin*, *break even point* (titik impas), *margin of safety* (batas keamanan), *operating leverage* (pengungkit operasi), *shut down point* (titik mati) dan analisis target laba, hal tersebut merupakan cakupan komponen dalam analisis *cost volume profit*.

Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan analisis *cost volume profit* yang dicoba oleh Ardianti (2020). Penelitian ini dicoba pada PT. Mutiara Sawit Lestari analisis *cost volume profit* (biaya volume laba) dapat membantu pemahaman manajer dalam perilaku biaya total, harga jual, biaya variabel, atau biaya tetap adalah contoh biaya. Hal ini diperlukan untuk membantu manajer dalam perencanaan laba. sehingga perusahaan dapat

mengambil keputusan tepat dan akurat dalam penentuan laba optimal. PT Mutiara Sawit Lestari belum terstandarisasi terkait analisis biaya produk. Selama ini perusahaan telah melakukan analisis biaya dengan banding nilai biaya tahun berjalan dengan biaya tahun sebelumnya. Penelitian lain dilakukan oleh Heni (2020) bahwa perubahan volume penjualan mempengaruhi perubahan laba, analisis *cost volume profit* bisa menyajikan kejelasan informasi kepada perusahaan tentang penjualan minimum sehingga perusahaan tidak mengalami kerugian. Analisis *cost volume profit* (Keuntungan volume biaya) dapat menjadi acuan penetapan tujuan aktivitas penjualan perusahaan, sehingga dapat dijadikan tolak ukur dalam menyusun sebuah strategi penjualan bagi suatu perusahaan. Objek yang diteliti menjadi pembeda penelitian ini dari penelitian sebelumnya, penelitian ini menjadikan Toko Roti Mojang Nova sebagai objek penelitian, Kecamatan Siman untuk melakukan analisis *cost volume profit* sebagai media Analisa perencanaan laba dalam meningkatkan penjualan.

Toko Roti Mojang Nova satu dari sekian perusahaan atau industri yang tidak memanfaatkan analisis *Cost Volume Profit* demi meningkatkan labanya. Toko Roti Mojang Nova dirintis pada tahun 2008, merupakan usaha *bakery* yang dianggap berhasil dalam mempertahankan operasi bisnisnya dari sekian pengusaha dibidang yang sama. Berlokasi ditempat yang sangat strategis menjadi pusat aktivitas publik, terletak di persimpangan jalan akses Kecamatan Siman. Usaha ini menawarkan produk aneka roti dengan berbagai macam jenis. Pemasaran produk dilakukan dengan memanfaatkan teknologi informasi media sosial seperti *Facebook* dan *Instagram*. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Toko Roti Mojang Nova, dapat disimpulkan Toko Roti Mojang Nova

belum pernah merencanakan labanya dengan analisis *cost volume profit*. Hingga sekarang Toko Roti Mojang Nova berorientasi dari hasil penjualannya, dimana semakin tinggi persediaan produk terjual maka semakin tinggi laba/hasil yang diraih tanpa perhitungan perencanaan laba/hasil. Selain itu pencatatan anggaran dengan pendapatan dilakukan secara simpel dan manual saat adanya transaksi. Kegiatan operasional masih menjadi garis condong utama, sehingga pengusaha belum pernah mempersiapkan laporan keuangan pengantar informasi kegiatan usaha secara akurat perihal biaya dan penjualan yang sangat penting untuk memonitor kondisi keuangan yang sesungguhnya. Jika mengevaluasi keuntungan yang diinginkan, sulit bagi perusahaan untuk menerapkan efisiensi biaya dan mengevaluasi kinerja manajemen (Palupi, 2021).

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang telah tersaji, maka pihak penulis telah memutuskan dan tertarik serta menindaklanjuti untuk dilakukan penelitian perencanaan laba melalui pendekatan analisis *cost volume profit* sesuai dengan judul yang diangkat dalam penelitian ini adalah **“Analisis Cost Volume Profit Sebagai Alat Perencanaan Laba dalam Meningkatkan Penjualan pada Toko Roti Mojang Nova, Siman (Studi Pada Perusahaan Toko Roti Mojang Nova Kec. Siman, Kabupaten Ponorogo)”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah tersaji, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut: “Bagaimana penerapan *Cost Volume Profit* sebagai alat perencanaan laba dalam meningkatkan penjualan pada Toko Roti Mojang Nova Kecamatan Siman?”

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi *Cost Volume Profit* sebagai alat perencanaan laba dalam meningkatkan penjualan pada Toko Roti Mojang Nova Kecamatan Siman.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya:

a. Bagi Universitas

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan literatur baru bagi mahasiswa, khususnya yang berada di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

b. Bagi Toko Roti Mojang Nova

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi Toko Roti Mojang Nova untuk mendapatkan informasi mengenai perencanaan laba.

c. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan untuk mengkaji penerapan *Cost Volume Profit* sebagai alat perencanaan laba untuk meningkatkan penjualan.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti berharap temuan penelitian ini bermanfaat menjadi literatur untuk penelitian selanjutnya dengan topik yang sama dan memberikan wawasan yang lebih luas.