BAB I

PENDAHULUAN

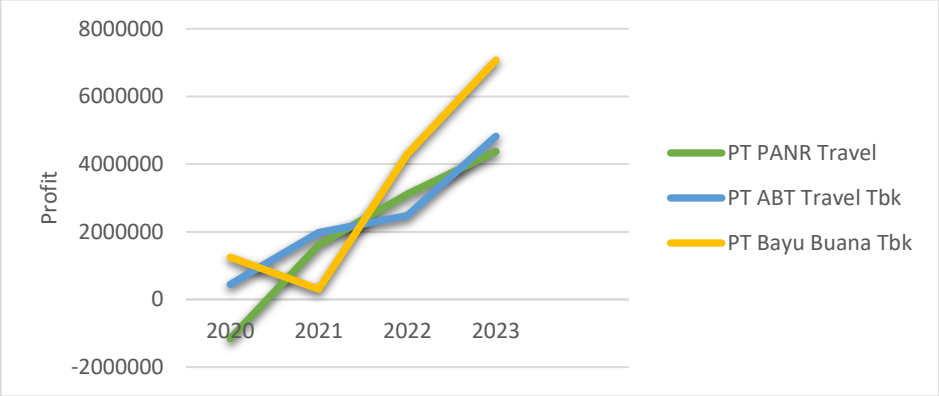
A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan merupakan sebuah organisasi bisnis yang didirikan dengan tujuan untuk memperoleh laba (keuntungan) (Astuti et al., 2022). Laba yang dihasilkan dapat membuat kondisi keuangan perusahaan stabil dan menjadi penting untuk melanjutkan aktvitas operasional perusahaan kedepannya. Laba yang tinggi menunjukan kinerja perusahaan yang baik (Avila Farwahnisa, 2022). Laba yang dihasilkan juga dapat menjadi tolak ukur kesehatan finansial perusahaan (Ananda & Hamidi, 2019). Agar pencapaian laba tersebut dapat terealisasi maka perusahaan perlu mempunyai perencanaan laba yang sistematis dan terarah.

Perencanaan laba merupakan strategi dari suatu rencana aktivitas untuk mencapai tujuan tertentu. Suci et al., (2018) menyatakan bahwa perusahaan perlu membuat perencanaan laba yang baik dengan tujuan untuk meningkatkan kepercayaan kepada investor. Semakin baik perencanaan laba dikelola, maka laba yang dihasilkan akan semakin mudah (Maruta, 2018).

Fenomena yang terjadi pada perusahaan di Indonesia adalah terjadinya perubahan laba yang fluktuatif disetiap periode dari tahun 2020-2023. Peneliti mengambil contoh dari perusahaan sektor jasa pariwisata dengan alasan untuk membandingkan dengan tempat yang akan diteliti yaitu PT Diva Kencana Madinah. Berikut adalah grafik perolehan laba yang bergerak pada bidang jasa pariwisata di Indonesia periode 2020-2023:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG



Sumber : Data yang telah diolah 2024

Gambar 1.1
Grafik Laba Perusahaan Pariwisata

Grafik pada gambar 1.1 menunjukan bahwa ketiga perusahaan tersebut mengalami penaikan dan penurunan laba, bahkan ada yang mengalami kerugian seperti yang terjadi pada PT Panorama Sentrawisata (PANR) Travel tahun 2020. Laba pada PT Bayu Buana juga sempat mengalami penurunan laba pada periode 2020-2021, data ini menunjukan bahwa perencanaan laba penting untuk diterapkan.

Salah satu upaya untuk menghindari penurunan laba atau kerugian adalah dengan memaksimalkan perencanaan laba (Andrianto et al., 2016). Strategi yang tepat dalam memaksimalkan perencanaan laba adalah dengan meningkatkan harga dan penjualan disertai penghematan biaya (Akbar, 2016). Perencanaan laba berisi tentang strategi manajemen dalam memperoleh target laba. Terdapat beberapa langkah bagi perusahaan untuk merealisasikan laba yang diharapkan, yaitu diantaranya sebagai berikut (Ali, 2018):

1. Membuat biaya produksi dan non produksi serendah mungkin namun tetap mempertahankan harga jual dan volume penjualan.
2. Menentukan harga jual dengan metode yang tepat dan memasang target laba.
3. Mengembangkan inovasi agar volume penjualan terus meningkat.

Ketiga langkah ini berkaitan erat, ketika biaya operasionalnya tinggi maka harga jual akan naik dan berdampak pada volume penjualan. Tingkat penjualan berpengaruh pada laba, jika perusahaan semakin tinggi mengeluarkan biaya produksi maka laba yang dihasilkan semakin menurun. Sehingga diperlukannya perencanaan terkait penyusunan anggaran biaya agar biaya operasional dapat digunakan secara efisien (Andrianto et al., 2016).

Perencanaan laba yang jelas akan menciptakan lingkungan pekerjaan yang positif karena akan terarah dan fokus terhadap tujuan tersebut (Rahmadina et al., 2024). Dalam merencanakan target laba sebaiknya perusahaan sudah mengetahui volume penjualan minimal. Untuk mengetahui hal tersebut diperlukannya alat bantu seperti analisis *break even point* (Akbar, 2016).

Penentuan harga jual produk juga perlu diketahui oleh perusahaan dalam merencanakan target laba. Harga jual produk yang selalu berubah dapat menurunkan tingkat kepercayaan konsumen. Penentuan harga produk juga perlu dilakukan dalam menganalisis break *even point,* karena dalam perhitungan *break even poi*nt salah satunya adalah harga jual produk (Secapramana, 2020). Penentuan harga dalam perusahaan menurut Secapramana (2020) sangat penting karena harga jual sifatnya akan langsung memengaruhi pendapatan. Harga jual juga sering digunakan sebagai tolak ukur nilai barang atau jasa yang dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan..

Analisis *break even point* (BEP) menurut Supriyono (2012) menyatakan bahwa analisis BEP dapat digunakan untuk menenutkan harga jual yang efektif dan bersaing. Penetapan harga yang tepat dapat digunakan untuk perencanaan laba. Faktor penting yang mempengarhui harga jual yaitu biaya. Biaya yang semakin

tinggi dikeluarkan maka semakin tinggi juga nilai harga jual produk (Kamaruddin, 2015), sehingga diperlukannya analisis BEP untuk menentuka target laba dan tingkat penjualan.

Break even point atau titik pulang pokok, merupakan istilah dalam akuntansi manajemen BEP yang artinya tidak mendapatkan laba dan juga tidak menderita kerugian (Sutrisno, 2009). Kondisi ini menggambarkan bahwa biaya produksi yang dikeluarkan memiliki jumlah nilai yang sama dengan pendapatan, sehingga laba bersihnya adalah nol (Ahmad, 2016). Analisis BEP ialah alat ukur yang menjelaskan hubungan keterkaitan antara harga jual, tingkat penjualan, biaya, laba serta semua aktivitas operasi suatu perusahaan (Purwanti ari, 2023).

Analisis BEP perlu digolongkan menjadi beberapa biaya, hal tersebut dilakukan untuk mengetahui kejelasan antara biaya variabel dan biaya tetap (Riupassa et al., 2016). Analisis BEP dapat digunakan untuk perencanaan laba (Muliyani, 2022). Hasil BEP dapat memberikan gambaran terkait kinerja dan penjualan minimal pada periode tersebut (*sales minimum*). Informasi penjualan minimal bermanfaat untuk menghindari perusahaan dari kerugian. Hasil BEP juga dapat digunakan untuk mengetahui marjin kontribusi dan *margin of safety* terkait penjualan maksimal yang boleh turun Mulyani (2022).

Analisis BEP untuk perencanaan laba menurut Yanto (2020) menunjukan hasil penelitiannya yang menyatakan bahwa perusahaan yang diteliti yaitu PT Usaha Bersama mengalami penurunan marjin kontribusi pada 2015-2019, disisi lain kondisi *break even point* nya terus meningkat. Perusahaan menginginkan laba yang diperoleh untuk tahun 2015 – 2019 lebih meningkat sebesar 15 % dari laba yang telah diperoleh. Namun pada kenyataanya PT Usaha Bersama belum mencapai

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI

tingkat target laba yang direncanakan. Hasil penelitian menunjukan bahwa analisis BEP menyajikan serangkaian informasi terkait apakah laba perusahaan sudah mencapai target atau belum, sehingga analisis ini perlu diimplementasikan.

Andrianto et al. (2016) juga telah melakukan analisis terkait BEP untuk perencanaan laba. Hasil penelitiannya mengatakan bahwa laba dapat terealisasi apabila perusahaan melakukan perencanaan laba termasuk BEP. Dan hasil penelitiannya pada CV. Langgeng Makmur menunjukan bahwa penjualan perusahaan telah melebihi titik *break even point,* bahkan perusahaan tersebut memperoleh laba yang cukup tinggi. Padahal perusahaan tersebut selama ini tidak melakukan perencanaan laba atau BEP. Terdapat hasil yang inkonsisten pada penelitian terdahulu terkait apakah penggunaan *break even point* dalam perencanaan laba dapat memberikan efek positif terkait laba yang efisien dan efektif.

PT Diva Kencana Madinah, merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata yaitu agen travel penyelenggara umroh yang mulai berdiri dari tahun 2022 berlokasi di Bogor. Hasil wawancara yang dilakukan peneliti, Dinar (2024) selaku staff PT Diva Kencana Madinah menjelaskan bahwa perusahaan dalam setiap satu tahunnya memberangkatkan empat kali ibadah umroh. PT Diva Kencana Madinah belum konsisten dalam menentukan harga penjualan paket umroh. Perubahan harga dikarenakan biaya operasional yang sering mengalami fluktuatif seperti harga tiket pesawat dan hotel, harga ini tidak dapat dikendalikan oleh Perusahaan. Kondisi harga yang tidak terkendali mengakibatkan perusahaan terpaksa menaikan harga jual, berikut adalah daftar harga paket umroh PT Diva Kencana Madinah 2024:

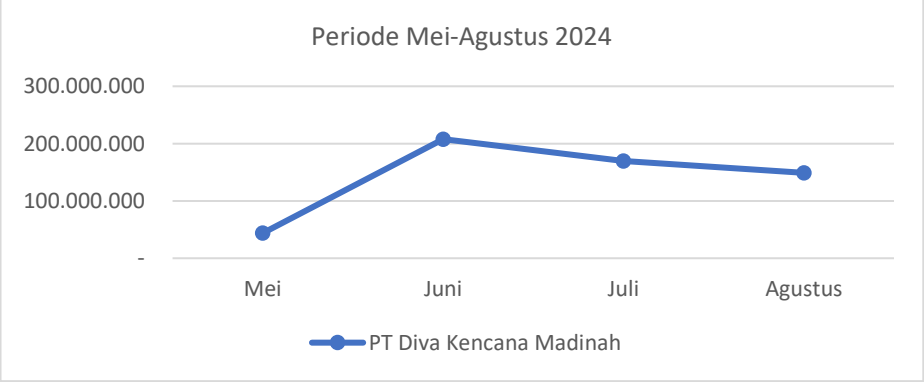
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI

Tabel 1.1
Harga Produk PT Diva Kencana Madinah

Bulan	Harga Per paket Umroh
Februari	Rp29.500.000
April	Rp28.000.000
Agustus	Rp31.300.000
Desember	Rp30.000.000

Sumber : Hasil wawancara (2024)

Pada tabel 1.1 menunjukan bahwa terdapat perubahan harga disetiap pemberangkatan umroh. Tahun 2024 harga yang paling tinggi terjadi pada bulan Agustus, kemudian turun di bulan Oktober. Menentukan harga jual produk perlu menggun metode yang tepat agar perusahaan tidak rugi ataupun mengalami penurunan laba. PT Diva Kencana Madinah juga sempat mengalami penurunan laba di tahun 2024. Berikut adalah grafik perolehan laba pada PT Diva Kencana Madinah 2024:



Sumber : Data yang telah diolah 2024

Gambar 1.2
Grafik Laba PT Diva Kencana Madinah

Pada Gambar 1.2 menunjukan bahwa PT Diva Kencana Madinah memperoleh laba yang fluktuatif bahkan menurun pada bulan Juli dan Agustus 2024. Hal ini

menunjukan bahwa pentingnya perencanaan laba untuk menghindari penurunan laba. PT Diva Kencana Madinah juga belum mengklasifikasikan jenis biaya antara biaya variabel dan biaya tetap. Biaya pada PT Diva Kencana Madinah hanya dikategorikan sesuai dengan nama biayanya saja, akibatnya banyak pengeluaran biaya yang tidak sesuai.

PT Diva Kencana Madinah belum mengetahui penjualan minimal untuk setiap periodenya, selama ini penjualan yang dilakukan hanya mengandalkan perkiraan dan asumsi pribadi. Untuk produk paket umroh yang terjual di setiap periodenya belum dapat dipastikan apakah sudah optimal atau belum. Namun ada juga beberapa perencanaan laba dan yang telah dilakukan oleh PT Diva Kencana Madinah.

PT Diva Kencana Madinah dalam perencanaan labanya menetapkan harga jual dengan persentase keuntungan 10%-15% dari biaya variabel. Pendekatan harga pokok produksi yang digunakan adalah *variable costing*. Biaya variabel pada PT Diva Kencana Madinah seperti visa, asuransi, akomodasi, perlengkapan umroh, tour leader dan biaya lainnya yang dibutuhkan selama perjalanan umroh. Akibat dari penurunan laba yang terjadi, perushaan berusaha menekan biaya operasional, seperti mencari harga akomodasi yang paling rendah dengan mempertahankan kualitas yang baik.

Upaya lain dalam perencanaan laba pada PT Diva Kencana Madinah ialah mengelola sumber daya yang dimiliki. Peralatan kantor dan transportasi yang dimiliki perusahaan juga dikelola dengan optimal untuk menghemat pengeluaran biaya serta meningkatkan efisiensi. Perencanaan laba yang dilakukan pada PT Diva Kencana Madinah ialah menawarkan paket spesial, dimana pemberangkatan umroh

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI

jamaah Diva Kencana Madinah akan berwisata mengunjungi negara Islam yang lain seperti Turki, Mesir atau Qatar. Akibatnya harga yang ditawarkan meningkat dan akan menaikan laba yang dihasilkan.

Perencanaan laba terkait pemasaran pada PT Diva Kencana Madinah berfokus pada pengelolaan strategi pemasaran dan promosi. Pemasaran afiliasi digunakan untuk meningkatkan volume penjualan perusahaan. Pemasaran ini ditujukan kepada individu yang mempromosikan produk dan akan mendapatkan komisi untuk setiap paket umroh yang terjual sebesar Rp1.000.000. Pemasaran afiliasi yang dilakukan oleh PT Diva Kencana Madinah adalah untuk meningkatkan penjualan dan memasarkan merk dari perusahaan tersebut.

Perencanaan laba pada PT Diva Kencana Madinah memiliki perbedaan dengan teori dasar di awal. PT Diva Kencana Madinah belum melakukan pengklasifikasian atau pemisahan antara biaya variabel dan biaya tetap. Biaya yang tidak dipisahkan akan menyebabkan banyak pengeluaran yang tidak sesuai (N. Buata, 2015). Perusahaan juga akan kesulitan menentukan kontribusi dari setiap jenis biaya terhadap manfaatnya, yang dapat menyebabkan pada pengambilan keputusan yang salah (Kartika & Sunarka, 2019).

PT Diva Kencana Madinah belum konsisten dalam menentukan harga penjualan produk. Harga jual yang selalu berubah akan berpengaruh terhadap volume penjualan dan laba yang diperoleh (Akbar, 2016). PT Diva Kencana Madinah menargetkan penjualan bedasarkan perkiraan pribadi. Perusahaan tersebut belum mengetahui berapa minimal produk yang harus terjual agar perusahaan menerima keuntungan. Penurunan laba yang terjadi menandakan bahwa perusahaan perlu memiliki perencanaan laba salah satunya yaitu analisis *break even point.*

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI

PT Diva Kencana telah menjalankan beberapa perencanaan laba untuk usahanya. Namun belum dapat dipastikan apakah perencanaan laba telah dilakukan secara optimal. Parameter yang tepat perlu dilakukan untuk perencanaan laba, yaitu analisis *break even point*. Maka dari itu penulis melakukan penelitian tentang "Analisis *Break Even Point* Sebagai Dasar Perencanaan Laba Dan Penentuan Harga Jual Pada Travel Umroh PT Diva Kencana Madinah Tahun 2022-2024".

B. Identifikasi Masalah

Bedasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka identifikasi masalah yang dijadikan bahan penelitian yaitu sebagai berikut :

1. PT Diva belum mengklasifikasikan biaya tetap dan biaya variabel, sehingga perusahaan tidak mengetahui penjualan minimal agar terhindar dari kerugian
2. PT Diva Kencana Madinah mengalami penurunan laba pada bulan Juli dan Agustus tahun 2024
3. PT Diva Kencana Madinah belum konsisten dalam menentukan harga jual paket umroh.

C. Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah yang ditetapkan pada penelitian ini, maka batasan masalah dalam penelitian ini perlu dilakukan agar pembahasan lebih fokus pada masalah yang ingin dipecahkan. Penelitian ini menitikberatkan pada analisis *break even point* dan perencanaan laba untuk menentukan harga jual pada PT Diva Kencana Madinah Tahun 2022-2024.

D. Rumusan Masalah

Bedasarkan penjelasan dari latar belakang di atas, maka terdapat rumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut :

1. bagaimana analisis *break even point* pada PT Diva Kencana Madinah?
2. bagaimana perencanaan laba pada PT Diva Kencana Madinah?
3. bagaimana penentuan harga jual paket umroh pada pada PT Diva Kencana Madinah?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, penelitian ini bertujuan untuk :

1. mengetahui dan menganalisis *Break Even Point* (BEP) pada PT Diva Kencana Madinah
2. mengetahui dan menganalisis perencanaan laba pada PT Diva Kencana Madinah
3. mengetahui dan menganalisis penentuan harga jual paket umroh pada PT Diva Kencana Madinah.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
BANDUNG

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan serta informasi mengenai analisis *break even point* dan yang akan digunakan sebagai dasar perencanaan laba dan untuk penentuan harga jual bagi perusahaan. *Break even point* akan memberikan informasi terkait minimal produk yang harus terjual pada setiap

periodenya. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan bahan refrensi untuk penelitian selanjutnya, khususnya penelitian yang memiliki topik relevan dengan penelitian saat ini.

2. Manfaat Praktis

Manfaat dari hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi :

a. Bagi peneliti, penelitian ini memberikan manfaat untuk menambah ilmu dan pengetahuan bagi peneliti yang fokus utamanya berkaitan dengan akuntansi. Penulisan skripsi ini juga penting untuk dilakukan karena penulisan skripsi merupakan salah satu syarat dan tahapan penulis untuk memperoleh gelar sarjana.

b. Bagi tempat penelitian atau travel umroh, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang perencanaan laba untuk PT Diva Kencana Madinah. Penulisan skripsi ini diharapkan bermanfaat untuk bahan pertimbangan terkait pengelolaan biaya, pengendalian penjualan dan peningkatan laba, sehingga perusahaan dapat meminimalisir kerugian pada periode tersebut. Diharapkan juga pada hasil penelitian ini dapat membantu perusahaan untuk menentukan harga jual paket umroh pada periode selanjutnya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI