

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pandemi COVID-19 menjadi salah satu hal yang membuat masyarakat khawatir terhadap perekonomian yang dihadapi, khususnya bagi para pelaku usaha. Dengan adanya persaingan dalam dunia jual beli, maka diperlukan penggunaan teknologi yang semakin maju. Hampir semua aspek kehidupan masyarakat saat ini tidak terlepas dari teknologi. Internet memungkinkan komunikasi antarmanusia yang cepat dan tidak terbatas. Sektor ekonomi dan komersial merupakan salah satu sektor yang terpengaruh oleh Internet. Di era internet, mobilitas masyarakat semakin tinggi, terutama di era 4.0. Teknologi komunikasi tidak hanya digunakan untuk *browsing*, memposting status di media sosial, atau menonton *youtube* saja namun bisa dimanfaatkan untuk berdagang pelaku usaha dengan menerapkan ekonomi digital. Ekonomi digital Indonesia semakin maju dan berkembang saat ini. Bahkan di sektor industri, produsen harus memberikan pelayanan yang cepat untuk memuaskan pelanggan.

*E-commerce* adalah penggunaan jaringan telekomunikasi (seperti Internet dan jaringan komputer) untuk memasarkan, menjual, dan membeli produk (termasuk layanan dan komoditas). *E-commerce* adalah transaksi di mana pembeli dan penjual menggunakan komputer sebagai perantara untuk transaksi komersial, secara elektronik membeli dan menjual berbagai produk dari perusahaan ke perusahaan. *E-commerce* sendiri merupakan bagian dari ekonomi kreatif yang saat

ini sedang berkembang sangat pesat. Dalam epidemi ini, *e-commerce* telah berperan aktif dalam membantu usaha kecil dan menengah untuk terus tumbuh dan berkembang. *E-commerce* menjadi pilihan bagi penjual untuk melakukan transaksi di rumah di masa pandemi seperti ini. Keuntungan lainnya adalah cakupan bisnis dan penjualan global tidak dibatasi, yang membuat *e-commerce* memiliki potensi yang cukup besar. Sejak pandemi, penjualan di *platform online* juga meningkat.

Inilah sebabnya mengapa *e-commerce* membutuhkan dukungan dari semua lapisan masyarakat. *Support*-nya sudah banyak mulai dari jasa pengiriman yang profesional, dengan banyak pilihan, seperti JNE, J&T, Pos Indonesia, dll. Internet kini sudah mulai merambah ke pelosok desa dan semakin banyak pengguna *smartphone*. Hal ini menjadi nilai plus untuk terus mendukung dan memajukan perekonomian masyarakat di masa pandemi. Salah satu perusahaan *e-commerce* yaitu Shopee telah mengembangkan metode pembayaran melalui transfer bank yang dapat dibayarkan langsung menggunakan sistem *cash on delivery* (COD). Ketika pandemi mempercepat adopsi *e-commerce* dan aplikasi digital dalam kehidupan masyarakat, perubahan akan berlanjut untuk waktu yang lama.

Menurut data dari RedSeer, penggunaan layanan *e-commerce* selama pandemi Covid-19 meningkat drastis sebesar 69%. Alhasil, pengiriman barang dari berbagai penyedia jasa logistik di Indonesia juga meningkat. Di masa pandemi Covid-19, lonjakan permintaan jasa pengiriman menjadi salah satu peluang bisnis yang menjanjikan bagi masyarakat. Oleh karena itu, banyak orang akhirnya memutuskan untuk bergabung dengan beberapa agen layanan pengiriman atau mitra *point-of-sale* (POS).

Untuk bersaing, perusahaan membutuhkan kontrol dan kepemimpinan yang baik. Perencanaan memegang peranan yang sangat penting dalam mengarahkan langkah-langkah untuk mencapai tujuannya, sehingga perusahaan harus mempertimbangkan semua aspek dari kondisi yang ada, termasuk mengkoordinasikan sumber daya yang ada agar dapat digunakan secara efektif dan efisien. Perencanaan juga dapat digunakan untuk mengukur dan mengevaluasi hasil yang sebenarnya. Jika hasil aktual tidak sesuai dengan rencana, manajer harus menilai perbedaan dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk mengatasinya. Perencanaan juga merupakan alat untuk mengendalikan kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan.

Perencanaan yang tepat dapat dijadikan sebagai acuan untuk menentukan keuntungan perusahaan untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Perusahaan dapat mengambil langkah-langkah berikut selama implementasi dan perencanaan:

1. Menjaga efisiensi biaya operasi serendah mungkin dengan tetap mempertahankan harga dan volume penjualan yang ada
2. Menentukan harga jual yang disesuaikan dengan manfaat perencanaan
3. Meningkatkan volume penjualan sebagai sebanyak mungkin

Langkah tidak dapat dipisahkan karena saling terkait untuk mengakomodasi pengambilan keputusan dan pengambilan kebijakan perusahaan di masa mendatang.

Mowen et al., (2017) mengemukakan bahwa analisis *cost-volume-profit* memperkirakan bagaimana perubahan biaya (biaya variabel dan biaya tetap),

volume penjualan, dan harga mempengaruhi laba perusahaan. *Cost-Volume-Profit Analysis* (CVP) berguna untuk pengambilan keputusan bisnis dalam menentukan keuntungan yang diinginkan. Metode analisis yang penting adalah analisis titik impas. *Break even point* merupakan teknik analisis yang digunakan untuk menentukan penjualan minimum agar perusahaan tidak mengalami kerugian, tetapi juga tidak memperoleh keuntungan. Analisis ini menunjukkan sejauh mana volume penjualan yang direncanakan dapat diturunkan. Analisis ini juga dapat digunakan dalam industri jasa, termasuk ekspedisi. Dalam ekspedisi, mitra (*franchise*) diminta untuk memasarkan jasa dan mendapat paket dari penjual. Pendapatan dari paket sangat dipengaruhi oleh minat masyarakat untuk menggunakan jasa ekspedisi tersebut.

Perencanaan laba adalah rencana kerja yang diperhitungkan dengan cermat yang mengungkap dampak keuangan dalam hal perhitungan laba dan rugi yang diproyeksikan, kas, modal kerja jangka panjang dan pendek, teknologi, pesaing, ekonomi, pelanggan, dan semua faktor lain yang sulit diprediksi.

Mitra Ninja Xpress Sambongdukuh merupakan salah satu *franchise* dari Ninja Xpress di Jombang yang mulai beroperasi sejak April 2020. Jumlah paket di mitra ini semakin meningkat seiring dengan berkembangnya *e-commerce*. Selain itu Mitra Ninja Xpress Sambongdukuh juga menawarkan sistem pengiriman *cash on delivery* yang belum dimiliki oleh sebagian mitra lain di Kabupaten Jombang. Pendapatan mitra berasal dari jumlah paket yang berhasil didapatkan dari *seller* langganan maupun *walk in* yang dimana sistem perhitungannya menggunakan metode komisi untuk paket reguler dan *e-commerce*.

Adanya pandemi saat ini membuat kegiatan ekonomi mengalami kendala sehingga pertumbuhannya melambat namun ditengah kondisi ini perusahaan ekspedisi membuka peluang usaha kepada masyarakat dengan sistem *franchise* atau membeli merk. Ini menunjukkan bahwa peluang usaha dalam jasa ekspedisi patut diperhitungkan dan tidak bisa dianggap sebelah mata. Maka dari itu peneliti tertarik untuk mengkaji Analisis *Cost-Volume-Profit* Untuk Perencanaan Laba Pada Mitra Ninja Xpress Sambongdukuh.

Hasil penelitian terdahulu dari Devina Chintya (2019) yang berjudul Analisis *Cost Volume Profit* Sebagai Alat Perencanaan Laba di Hotel Zodiak Sutami Bandung, “Dalam penelitian ini, penulis melakukan analisis pada tahun 2017 – 2018 yang berdasarkan data yang diperoleh dari pihak manajemen hotel dapat disimpulkan bahwa Hotel Zodiak Sutami Bandung memiliki biaya tetap dan biaya variabel yang meningkat selama periode 2 tahun tersebut. Dari hasil analisis *Cost Volume Profit* yang dilakukan peneliti, diperoleh hasil yang mengindikasikan bahwa terjadinya penurunan penjualan dari tahun 2017 ke tahun 2018, dan hotel belum mampu mencapai target laba yang telah direncanakan pihak manajemen pada tahun 2017 dan 2018.” Lalu penelitian dari Rian Andriani dan Nugraha (2018) yang berjudul Analisis *Cost-Volume-Profit* Kaitannya dengan Perencanaan Laba (studi pada L.A English Course), “Hasil menunjukkan bahwa, biaya tertinggi terdapat pada kuartal I, volume penjualan tertinggi terdapat pada kuartal I, laba tertinggi terdapat pada kuartal I, *Break Event Point* tertinggi terdapat pada kuartal I. Sedangkan *Margin of safety* (%) tertinggi pada kuartal IV yaitu 91.9%.”

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk mengkaji analisis *biaya-volume-profit* dengan judul “**Penerapan *Cost-Volume-Profit (CVP)* Untuk Perencanaan Laba Pada Mitra Ninja Xpress Sambongdukuh**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang sebelumnya, peneliti merumuskan masalah bagaimana penerapan analisis *cost-volume-profit* digunakan sebagai alat perencanaan laba di Mitra Ninja Xpress Sambongdukuh?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, dapat diketahui bahwa tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan analisis *cost-volume-profit* sebagai alat perencanaan laba agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah :

a. Bagi perusahaan

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi atau masukan dalam perencanaan laba di masa mendatang.

b. Bagi peneliti

Dijadikan sebagai sarana untuk menerapkan ilmu yang sudah dipelajari selama dibangku kuliah.

c. Bagi masyarakat umum

Diharapkan penelitian ini bisa dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya ataupun perencanaan laba usaha yang lain.