

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Banyaknya perusahaan dan industri yang bergerak dibidang yang sama membuat suhu persaingan meningkat tinggi. Bagi suatu perusahaan memperoleh laba adalah merupakan tujuan utama untuk kelangsungan hidup dan kemajuan perusahaan. Untuk memperoleh laba terdapat tiga faktor utama di dalam perusahaan yang harus diperhatikan , yaitu jumlah produk yang harus diproduksi, biaya produksi produk, dan harga jual produk tersebut. Untuk mencapai laba yang optimal, salah satunya adalah memperhatikan faktor biaya yaitu diantaranya biaya produksi penjualan diupayakan dapat ditekan seminimal mungkin. Biaya masih merupakan faktor yang sangat penting dalam pertimbangan untuk menetapkan harga jual yang nantinya diharapkan dapat menciptakan laba.

Sebagai salah satu faktor biaya yang mempengaruhi keuntungan perusahaan, maka diperlukan pengawasan dan pengendalian terhadap biaya produksi. Kebutuhan akan informasi yang akurat untuk menghitung harga pokok produksi seperti biaya *overhead*, biaya tenaga kerja, dan biaya – biaya lainnya haruslah lebih efektif dan efisien. Agar biaya – biaya ini lebih efektif, maka seluruh komponen biaya yang timbul harus benar – benar dibebankan. Karena pengalokasian biaya merupakan satu proses penting dan berpengaruh terhadap penentuan harga pokok produk. Perusahaan perlu mengkalkulasikan seluruh biaya produksi sebagai dasar perhitungan harga

pokok produksi. Dengan melakukan analisa struktur biaya program, diharapkan perusahaan mampu menentukan arah dan strategi dengan tepat termasuk dalam menentukan harga jual suatu produk.

Penentuan harga pokok produk akan sangat berpengaruh dan berguna dalam menentukan harga jual produk. Apabila manajemen tidak akurat dalam menentukan harga pokok produk maka pengaruhnya terhadap harga jual menjadi tidak akurat dan dapat mengakibatkan kerugian bagi perusahaan dan kesempatan untuk bersaing dengan perusahaan lain menjadi lebih kecil. Harga jual yang tepat dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan, sehingga harga jual suatu produk atau jasa harus ditentukan sedemikian rupa sehingga dapat merebut pasar sekaligus menutup seluruh biaya – biaya yang dikeluarkan hingga pada tujuan akhirnya yaitu perolehan laba.

Kemudian sebagai evaluasi terhadap perolehan penjualannya, perusahaan perlu melakukan analisa dan perhitungan Rasio *Profit/Loss Margin* terhadap tiap – tiap program, tujuannya agar perusahaan dapat mengetahui produk – produk mana yang menguntungkan atau merugikan sehingga analisa tersebut dapat dijadikan dasar dan pertimbangan dalam proses produksi program selanjutnya dan pentapan strategi perusahaan di masa yang akan datang.

Bloomberg TV Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak dibidang Media Pertelevisian dimana produk atau program acara yang dihasilkan sangatlah *segmented* yaitu *Economic News Television*. Secara umur, Bloomberg TV Indonesia merupakan pendatang baru di dunia pertelevisian karena Bloomberg TV Indonesia baru

melakukan siaran perdana terhitung per tanggal 11 Juli 2013. Sebagai pendatang baru, perlu adanya evaluasi yang intensif khususnya dalam menentukan produk atau program mana yang menghasilkan keuntungan. Hal inilah yang mendorong penulis untuk membahas mengenai analisa biaya dan penjualan untuk menghitung rasio *Profit/Loss Margin* terhadap tiap – tiap produk atau program. Dan berikut adalah Laporan laba/Rugi dari Bloomberg TV Indonesia :

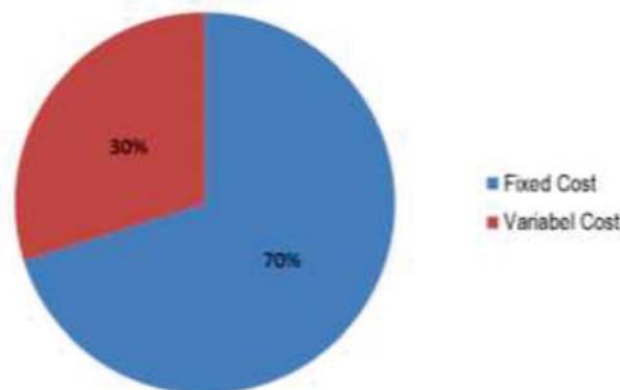
Gambar 1.1 Laporan Laba/Rugi Bloomberg TV Indonesia

Penjualan	46,485,152,345
Biaya Produksi	<u>(52,413,315,907)</u>
Laba/Rugi Kotor	(5,928,163,563)
Biaya Operasional	<u>(82,591,020,959)</u>
Laba/Rugi Bersih	(88,519,184,521)

*Sumber : Laporan Laba/Rugi Bloomberg TV Indonesia*

Dan dari informasi yang didapat oleh penulis bahwa besarnya biaya produksi didominasi oleh biaya tetap (*fixed cost*) dimana hal ini merupakan tantangan besar bagi perusahaan untuk dapat melakukan upaya efisiensi *cost*. Dan berikut adalah komposisi biaya produksi :

Gambar 1.2 Estimasi Komposisi Biaya Perusahaan



Atas kondisi inilah, penulis terpacu untuk melakukan analisa terhadap struktur biaya yang ada dengan dikombinasikan dengan perolehan penjualannya, penulis ingin secara detail melakukan analisa *profit margin* terhadap setiap produk, tujuannya untuk mengukur pencapaian sebuah produk sehingga mampu dijadikan evaluasi dan strategi di masa yang akan datang.

Dengan uraian diatas maka penulis memilih judul **“ANALISA STRUKTUR BIAYA TERHADAP NILAI PENJUALAN UNTUK MENGHITUNG TINGKAT PROFITABILITAS (*PROFIT MARGIN*) PER PROGRAM DI BLOOMBERG TV INDONESIA”**.

## **B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah**

Permasalahan yang ditemui dalam proses penelitian ini antara lain besarnya biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan dalam memproduksi sebuah program televisi, hal ini penting karena diperlukan analisa terhadap komponen atau struktur biaya yang timbul. Kemudian juga masalah mengenai besarnya pendapatan yang diperoleh apakah mampu menutup seluruh biaya yang dikeluarkan atau tidak. Dan jika kedua variabel tersebut dikombinasikan maka kita dapat melakukan analisa *performance* tiap program yang diproduksi.

Agar permasalahan yang akan dibahas pada skripsi ini tidak melebar ke pokok masalah lainnya, maka perlu dilakukan pembatasan masalah. Adapun penyusunan skripsi ini, penulis membatasi ruang lingkup permasalahan hanya pada analisa

struktur biaya program acara serta analisa *Profit/Loss Margin* atas hasil penjualan yang diperoleh dari masing – masing program acara. Hal ini menarik karena pada perusahaan yang masih *start up* dalam hal ini Bloomberg TV Indonesia penting dan perlu sekali dilakukan analisa *Profit/Loss Margin* terhadap setiap produk atau program. Harapannya perusahaan pada akhirnya bisa menentukan produk – produk unggulannya serta mampu mengambil keputusan terhadap produk – produk yang dinilai kurang maksimal.

### **C. Perumusan Masalah**

Seperti yang telah dijelaskan bahwa perhitungan analisa *Profit/Loss Margin* sebuah produk atau program acara sangatlah penting bagi kinerja suatu perusahaan, karena dengan mengetahui tingkat keberhasilan suatu produk, baik dilihat dari sisi penjualan ataupun biayannya, maka disini penulis ingin mengetahui : Berapa besar rasio *Profit/Loss Margin* tiap – tiap program acara yang diproduksi oleh Bloomberg TV Indonesia. Sehingga penulis dapat mengetahui tingkat *performance* suatu program acara (*Boston Consulting Group Analysis*). Berdasarkan latar belakang di atas, pokok perumusan masalah dalam penulisan ini adalah :

1. Berapa besar dan struktur biaya apa saja yang harus dikeluarkan terkait dengan produksi program dan kegiatan operasional pada Bloomberg TV Indonesia?

2. Seberapa besar pengaruh (sensitivitas) produk terhadap penjualan yang diperoleh dan biaya yang dikeluarkan?
3. Berapa besar *Profit/Loss Margin* yang diperoleh untuk setiap program?
4. Strategi produk seperti apa yang paling tepat untuk dilakukan di masa yang akan datang?

#### **D. Maksud dan Tujuan Penelitian**

Maksud penelitian ini adalah untuk mencari jawaban atas permasalahan yang telah dikemukakan di atas. Hasil dari penelitian ini akan digunakan dalam penyusunan skripsi yang merupakan salah satu syarat untuk menempuh Ujian Sarjana Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Esa Unggul.

Adapun tujuan penelitian ini diharapkan dapat memperoleh manfaat, yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui struktur biaya yang termasuk dalam komponen biaya pokok produksi program acara.
2. Untuk melakukan analisa rasio *Profit/Loss Margin* terhadap tiap – tiap produk yang dihasilkan (Sensitivitas penjualan terhadap biaya dan laba).
3. Melakukan *mapping* dan strategi (analisa Cost – Volume – Profit) produk di masa yang akan datang.

Untuk mendukung proses pengambilan keputusan pada penetapan *Profit/Loss Margin* diperlukan teori – teori yang menjadi pedoman atau petunjuk untuk melakukan analisa data. Teori yang diambil sebagai pedoman untuk melakukan tinjauan tersebut berasal dari buku – buku berhubungan dengan manajemen, keuangan, dan akuntansi biaya, serta PSAK.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Adapun manfaat atau kegunaan yang ingin dicapai oleh penulis melalui kegiatan penelitian ini, yaitu :

1. Bagi penulis
  - a. Dapat memberikan manfaat yang besar yakni memperluas dan memperdalam pengetahuan dan cara berpikir mengenai perhitungan harga pokok suatu produk.
  - b. Untuk menambah wawasan bagi penulis, sebagai bahan pembandingan antara teori yang selama ini penulis dapatkan dibangku kuliah dengan penerapan sebenarnya di perusahaan.
  - c. Untuk memenuhi salah satu syarat dalam meraih gelar Sarjana Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Esa Unggul.
2. Bagi pembaca
  - a. Sebagai masukan bagi pihak – pihak yang ingin memperoleh gambaran tentang bagaimana melakukan analisa penentuan harga pokok suatu produk

kemudian membandingkan dengan penjualannya sehingga pada akhirnya dapat dihitung rasio *Profit/Loss Margin*.

3. Bagi perusahaan
  - a. Untuk memberikan sumbangan pemikiran sebagai bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam melakukan analisa pencapaian setiap produk (*Boston Consulting Group Analysis*).

## **F. Sistematika Penulisan**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab pertama menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

### **BAB II: LANDASAN TEORI**

Bab kedua menjelaskan tentang landasan teori dan literature - literatur yang digunakan sebagai acuan perbandingan untuk membahas masalah, meliputi konsep anggaran, biaya serta tingkat efektifitas dan efisiensi terhadap anggaran serta biaya.

### **BAB III: METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ketiga menjelaskan tentang metodologi penelitian yang terdiri dari pengidentifikasian variabel – variabel penelitian dan penjelasan pengukuran variabel tersebut, gambaran populasi dan sampel perusahaan yang diteliti, jenis dan sumber



data yang akan dipakai dalam penelitian, metode pengambilan data penelitian yang digunakan. Menjelaskan tentang metode analisis data, meliputi : jenis atau teknik analisis data dan mekanisme penggunaan alat dalam penelitian.

#### **BAB IV : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

Bab keempat ini menjelaskan dimana penulis melakukan penelitian. Dijelaskan pula gambaran umum serta sejarah perusahaan. Pada bab ini ditambahkan juga struktur organisasi yang ada pada perusahaan tempat penulis melakukan penelitian. Selain itu dijelaskan pula segala aktivitas atau kegiatan ekonomi perusahaan tersebut.

#### **BAB V : PEMBAHASAN**

Bab kelima menjelaskan tentang analisa data deskriptif, analisa data terhadap pengujian hipotesis serta pengujian asumsi klasik, dan pembahasan secara teoritik baik secara kuantitatif dan statistik.

#### **BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab keenam menjelaskan tentang kesimpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian, saran atas penelitian ini, serta implikasi. Dengan masih adanya keterbatasan dan kekurangan diharapkan penelitian ini dapat disempurnakan pada penelitian – penelitian selanjutnya.